

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة

نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى

**SOCIAL NETWORKS AND THEIR ROLE IN
SPREADING RUMORS FROM THE
VIEWPOINT OF FACULTY MEMBERS AT
THE UNIVERSITY OF DIYALA**

إعداد

أحمد حسن سلمان

إشراف

الدكتور صباح ياسين

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

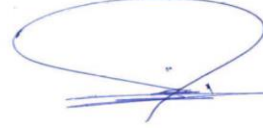
أيار / 2017

تفويض

أنا أحمد حسن سلمان أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: أحمد حسن سلمان

التاريخ: 2017/5/20

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: (شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى)

وأجيزت بتاريخ: 20 / 5 / 2017

أعضاء لجنة المناقشة:

| ت | الاسم | الصفة | جهة العمل | التوقيع |
|---|-----------------|--------------------|-----------------------|---|
| 1 | د. صباح ياسين | مشرفاً وعضواً | جامعة الشرق الأوسط |  |
| 2 | د. رائد البياتي | رئيساً | جامعة الشرق الأوسط |  |
| 3 | د. شريف البدران | ممتحناً خارجياً | جامعة اليرموك |  |

شكر وتقدير

أَتَقَدَّمُ فِي الْبَدَايَةِ بِجَزِيلِ الشُّكْرِ وَعَظِيمِ الْاِمْتِنَانِ لِلْمَشْرِفِ الدُّكْتُورِ صَبَاحِ يَاسِينِ فَقَدَ أَحَاطَنِي بِرِعَايَتِهِ وَاهْتِمَامِهِ وَتَوَجُّيْهِاتِهِ السَّدِيدَةِ وَصَبْرِهِ الْوَالْمَحْدُودِ وَالَّذِي لَمْ يَدَّخِرْ جَهْدًا وَلَا وَقْتًا فِي مُتَابَعَةِ الرِّسَالَةِ مَعِي خَطْوَةَ بِخَطْوَةٍ وَتَحْمَلَهُ عَنَاءَ الْإِرْشَادِ وَالتَّوَجُّيْهِ وَالنَّصِيحِ مِنْ خِلَالِ مُعَامَلَتِهِ الْأَبْوِيَّةِ طَوَالَ مَدَّةِ الدِّرَاسَةِ، جَزَاهُ اللَّهُ عَنِي خَيْرَ الْجَزَاءِ.

وَأَتَقَدَّمُ بِالشُّكْرِ وَالتَّقْدِيرِ لِلدُّكْتُورِ الْأَسْتَاذِ عَزَّتْ حِجَابُ عَمِيدِ كَلِيَّةِ الْإِعْلَامِ لِنَصِيحِهِ وَتَوَجُّيْهِاتِهِ لِي، كَمَا أَتَقَدَّمُ بِالشُّكْرِ وَالتَّقْدِيرِ وَالعِرْفَانِ لِلدُّكْتُورِ كَامِلِ خُورْشِيدِ لِمَا قَدَّمَهُ لِي مِنْ نَصَائِحِ وَتَوَجُّيْهِاتِ وَآرَاءِ عِلْمِيَّةٍ سَاعَدْتَنِي عَلَى إِكْمَالِ الرِّسَالَةِ وَإِظْهَارِهَا بِالصُّورَةِ الْمَطْلُوبَةِ، أَتَقَدَّمُ بِالشُّكْرِ وَالتَّقْدِيرِ لِلدُّكْتُورَةِ حَمِيدَةَ سَمِيْسِمَ أَيْضًا لِنَصِيحَتِهَا وَتَوَجُّيْهِاتِهَا لِي، وَالشُّكْرِ الْمَوْصُولِ أَيْضًا لِلدُّكْتُورِ رَائِدِ الْبِيَّاتِي. كَمَا وَأَتَقَدَّمُ بِوَافِرِ الشُّكْرِ وَعَظِيمِ الْاِمْتِنَانِ لِأَعْضَاءِ لَجْنَةِ الْمُنَاقَشَةِ الَّتِي شَرَفُونِي بِقَبُولِ مُنَاقَشَةِ هَذِهِ الرِّسَالَةِ.

الإهداء

إلى

- روح أخي الشهيد أسامة
- معلمي وسندي ورمز قوتي أبي العزيز
- ينبوع الحب والحنان الدائم، إلى من أغرقتني بخيرها ودعائها ووفقني الله إكراماً لها واستجابة لدعائها أمي العزيزة
- من أحاطوني بحبهم الكبير، إلى رابطة الدم في الحياة أختي وأختي
- من صبروا وعاشوا مشواري خطوة بخطوة زوجتي الغالية وأبني العزيز

إليهم جميعاً أهدي هذه الجهد المتواضع

فهرس المحتويات

| الصفحة | الموضوع |
|---|---|
| أ | العنوان |
| ب | التفويض |
| ج | قرار لجنة المناقشة |
| د | الشكر |
| هـ | الإهداء |
| و | قائمة المحتويات |
| ح | قائمة الجداول |
| ي | قائمة الملحقات |
| ك | الملخص باللغة العربية |
| م | الملخص باللغة الإنكليزية |
| الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها | |
| 1 | المقدمة |
| 3 | مشكلة الدراسة |
| 4 | أسئلة الدراسة |
| 5 | أهداف الدراسة |
| 6 | أهمية الدراسة |
| 6 | مصطلحات الدراسة |
| 8 | حدود الدراسة |
| 8 | محددات الدراسة |
| الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة | |
| 10 | نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام |
| 12 | نظرية الاستخدامات والإشباع |
| 16 | التعريف اللغوي والاصطلاحي للشائعة |
| 18 | التطور التاريخي للشائعة |
| 21 | العلاقة بين الشائعة وبعض المصطلحات الأخرى |
| 23 | مراحل تكوين الشائعة |

| | |
|--|---|
| 24 | خصائص الشائعة |
| 25 | أهداف الشائعة |
| 26 | قانون الشائعة |
| 27 | تصنيف الشائعات وأنواعها |
| 30 | أسباب انتشار الشائعات |
| 31 | مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي |
| 33 | مراحل تطور شبكات التواصل الاجتماعي |
| 34 | مميزات شبكات التواصل الاجتماعي |
| 35 | أنواع شبكات التواصل الاجتماعي |
| 36 | نماذج لشبكات التواصل الاجتماعي |
| 38 | تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي |
| 40 | دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات |
| 42 | الدراسات السابقة |
| 55 | التعليق على الدراسات السابقة |
| الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات) | |
| 57 | منهج الدراسة |
| 58 | مجتمع الدراسة |
| 59 | عينة الدراسة |
| 62 | أداتا الدراسة |
| 64 | متغيرات الدراسة |
| 65 | إجراءات الدراسة |
| 65 | المعالجة الإحصائية |
| الفصل الرابع نتائج الدراسة (التحليل الإحصائي) | |
| 67 | نتائج الدراسة التطبيقية |
| الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات | |
| 94 | مناقشة النتائج |
| 107 | التوصيات |
| 109 | قائمة المراجع |
| 120 | الملاحق |

قائمة الجداول

| رقم الفصل - رقم الجدول | محتوى الجدول | الصفحة |
|------------------------|--|--------|
| (1-3) | توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية | 61 |
| (2-3) | قيم معاملات الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ | 64 |
| (1_4) | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور " درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي مرتبةً ترتيباً تنازلياً. | 68 |
| (2_4) | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى) مرتبةً ترتيباً تنازلياً. | 70 |
| (3_4) | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى) مرتبةً ترتيباً تنازلياً. | 73 |
| (4_4) | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي والشبكة الأكثر نشرًا للشائعات) مرتبةً ترتيباً تنازلياً. | 76 |
| (5_4) | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى) مرتبةً ترتيباً تنازلياً. | 79 |

| | | |
|----|--|--------|
| 84 | اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للنوع الاجتماعي | (6_4) |
| 83 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للعمر" | (7_4) |
| 84 | تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للعمر. | (8_4) |
| 86 | اختبار العينات المستقلة Independent Samples T- test للكشف عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودلالة للفروق في استجابات العينة المبحوثة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للمستوى الأكاديمي. | (9_4) |
| 87 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للدرجة العلمية" | (10_4) |
| 88 | تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في "دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للدرجة العلمية". | (11_4) |

| | | |
|----|---|--------|
| 90 | المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى لعدد سنوات الخبرة " | (12_4) |
| 91 | تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى لعدد سنوات الخبرة. | (13_4) |
| 92 | اختبار Scheffe Test للمقارنات البعدية المتعددة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة. | (14_4) |
| 93 | جدول اختبار Scheffe الفرعي يبين قيم الدلالة الإحصائية لفئات سنوات الخبرة بمعرفة قيم معامل الـ alpha للمجموعات الفرعية المتجانسة حول استجابات الباحثين حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة. | (15_4) |

قائمة الملحقات

| الصفحة | المحتوى | الرقم |
|--------|--|-------|
| 123 | أداة الدراسة (الاستبانة) | 1 |
| 129 | أسماء المحكمين | 2 |
| 130 | اختيار عينة الدراسة | 3 |
| 131 | كتاب تسهيل مهمة من جامعة الشرق الأوسط إلى جامعة ديالى | 4 |
| 132 | كتاب تسهيل مهمة توزيع (الاستبانة) على أعضاء الهيئة التدريسية | 5 |
| 133 | كتاب تسهيل مهمة من جامعة الشرق الأوسط إلى مديرية شرطة محافظة ديالى | 6 |
| 134 | كتاب المديرية العامة لشرطة محافظة ديالى | 7 |
| 135 | موقف مديرية شرطة ديالى لرصد الشائعات | 8 |
| 136 | مقابلة الدراسة | 9 |
| 139 | تأييد المدقق للغوي | 10 |
| 140 | نسبة الاستتال | 11 |

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة

التدريس في جامعة ديالى

إعداد: أحمد حسن سلمان

إشراف: الدكتور صباح ياسين

الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، من خلال التعرف على درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات على تلك الشبكات، وقد تناولت الدراسة أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة أسباب انتشارها، كما تطرقت الدراسة أيضاً إلى الحلول والمعالجات المقترحة لمواجهة ظاهرة انتشار الشائعات على تلك الشبكات.

ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي، كما استعان الباحث بأداتي (الاستبانة) و(المقابلة) كأدوات للدراسة، ولقد تكون مجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، بينما عينة الدراسة فبلغت (352) مبحوثاً من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ديالى.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة وحازت شبكة (الفيسبوك) على المرتبة الأولى بين أكثر الشبكات نشرًا للشائعات، كما كشفت نتائج الدراسة أن من أبرز مواضيع الشائعات على شبكات

التواصل الاجتماعي هي الشائعة السياسية والشائعة الاجتماعية، وبينت نتائج الدراسة أن من أهم أسباب نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هو سهولة إنتاج المعلومات ونشرها على تلك الشبكات.

ومن أبرز ما توصي به الدراسة هي:

- ضرورة اهتمام المشرع العراقي بموضوع تنظيم استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ومن ضمنها شبكات التواصل الاجتماعي وما ينشر بها وخصوصاً موضوع الشائعات.
 - إيجاد وسائل رقابية في العراق لمراقبة ما ينشر على شبكة الإنترنت بصفة عامة وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة.
 - نشر الوعي بالخطر الذي يمكن أن تشكله الشائعات التي تنتشر على شبكة الإنترنت وبالأخص شبكات التواصل الاجتماعي.
- كلمات المفتاحية:** شبكات التواصل الاجتماعي، الشائعات، أعضاء هيئة التدريس، جامعة ديالى.

**Social Networks and their Role in Spreading Rumors
from the Viewpoint of Faculty Members at the University
of Diyala**

Prepared by: Ahmed Hassan Salman

Supervised by: Dr. Sabaah Yaseen

Abstract

This study aimed to identify the role of social networks in disseminating rumors from the point of view of the faculty members at the University of Diyala by identifying the degree of rumors dissemination on social networks and find out the network most spread rumors of these networks. This study has also been addressed the most prominent subjects of rumors, and find out the reasons of their spread, the study also referred to the solutions and treatments proposed to address the phenomenon of spreading rumors on these networks.

In order to achieve the objectives of the study, the researcher used the descriptive method. The researcher also used (questionnaire) and (interview) as tools for this study. The study society consisted of the faculty members of Diyala University, but the sample of the study reached (352) respondents from faculty members at Diyala University.

This study reached several results, the most important of it that The degree of spreading rumors on social networks came in a medium percentage, and the (Facebook) network ranked first among the most networks of rumors dissemination , and the results of the study revealed that the most prominent topics of rumors on social networks are political rumor and social rumor, and the results of the study also revealed that the most important reason for spreading rumors on social networks is the ease of production and dissemination of information on such networks.

The most important recommendations of this study:

- The need for the interest of the Iraqi legislator to regulate the use of electronic means of communication, including social networks and what is published, especially the subject of rumors.
- Finding means of control in Iraq to monitor what is published in the Internet in general and social networks in particular.
- Disseminating awareness of the danger that could be posed by rumors posted on the Internet, and especially on social networks.

Keywords: Social Networking, Rumors, Faculty Members, Diyala University

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أ. المقدمة:

أحدثت التطورات التقنية المتواصلة التي شهدها العالم في العقدين الماضيين، نقلةً نوعيةً وجذريةً في علم الاتصال، ومن هذه التطورات بناء وتشغيل شبكة الإنترنت التي غطت العالم، وربطت أجزائها المترامية بخدمتها النوعية، وأضحت وسيلة فاعلة لتحقيق التواصل السريع والفعال بين الأفراد والجماعات، ومن نتائجها الإسهام في تفعيل التواصل عبر المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وغيرها مثل: (الفيسبوك، التويتر، اليوتيوب، الواتساب، التانجو، السناب شات، وغيرها)، التي غيرت إلى حد ما مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعاً من التواصل لم يكن مألوفاً في العقود السابقة.

وبذلك ازداد إقبال أفراد المجتمع على التعامل مع هذه الشبكات الاجتماعية من مختلف الفئات العمرية، إذ وفرت هذه الشبكات ميزات من حيث التكلفة وسرعة التدفق والوصول إلى المستقبل بسهولة وأوجدت حيز كبير من التفاعلية، وبذلك أصبحت لها جوانب إيجابية منها الانتشار وتوفير المعرفة والتسلية ومصدر للمعلومات والأخبار وأداة تعليمية، ومع كل ذلك رافقتها بعض السلبيات على واقع الفرد والمجتمع ومنها نشر الشائعات (موضوع دراسة)، حيث أصبحت الشائعات تجد طريقها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة كونها تستند على معلومة مجهولة المصدر ويحيطها الغموض والجاذبية وتثير اهتمام أفراد المجتمع.

ويمكن إن تظهر الشائعات في أي موقف أو بيئة اجتماعية، ولكن يكثر ظهورها وقت الأزمات والضغوط الاجتماعية، كالكوارث الطبيعية والنزاعات والحروب، وقد تظهر أحياناً عقب حوادث الاغتيالات والإعدامات أو تأتي متزامنة مع بعض الإجراءات التي تتخذها الحكومات تجاه معارضيتها. (أبو عيشة، 2011، ص 201).

ورغم إن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت في إطلاق دور ما يعرف " بالمواطن الإعلامي" أو "المواطن الصحفي" إذ أسهمت التقنية بشكل فاعل في توثيق الأحداث ومن ثم نشرها على تلك الشبكات فساهم في نشوء ما يعرف بـ "الإعلام البديل"، ولكن عدم دقة الأخبار، وصعوبة التأكد من صحة وسلامة مصادرها أسهم في أن تصبح شبكات التواصل الاجتماعي أداة فاعلة لكل من يريد بث الشائعات، في ظل كثرة الأخبار وسرعة تدفق المعلومات، وسهولة تداولها، ومن ثم الأخذ بها والاعتقاد بصدقها، وتكوين الأفكار والرؤى بناءً عليها.

وتعد الشائعات من أخطر الظواهر الاجتماعية وأشدّها فتكاً بالواقع الاجتماعي والسياسي، ولعل السبب الرئيس الذي يقف وراء خطورتها على البناء الاجتماعي فقدانها للمصداقية مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات وإجراءات خاطئة تصيب القدرات الفردية والوطنية وتعطل آلية اتخاذ القرار السليم، فتكاد تكون الشائعة وراء تنامي المظاهر السلبية ومظاهر العنف نتيجة لنقص المعلومات، ذلك أن الأفراد في غمرة الأحداث يحاولون معرفة الحقائق، ويترتب على نقص المعلومة أن يتخذوا من الشائعة حقائق، ويتعاملوا معها على هذا الأساس، ومن هذا المنطلق فإن الشائعات التي تغير الحقائق تؤدي إلى نتائج سلبية لا تقتصر على مجال معين أو نشاط محدد من مجالات وأنشطة المجتمع المختلفة. (حجاب، 2005، ص 189)

وبناء على ما سبق جاءت هذه الدراسة لرصد الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من خلال وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات، إذ تعد هي الشريحة الأكثر تأثراً في المجتمع كونهم قادة رأي عام ولما لها من أفكار وقدرة على تحليل الظواهر والمشاكل.

ب. مشكلة الدراسة:

إن تطور الأحداث وظهور العديد من الأزمات السياسية والاقتصادية والأمنية والاجتماعية على الساحة العراقية، وبشكل خاص بعد عام 2003 (الاحتلال الأمريكي للعراق) ساهم في تسارع وتشكيل الشائعات وانتشارها على شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة بعد اعتماد الكثير من الأفراد على هذه الشبكات للتزود بالمعلومات والأخبار، وأصبحت لهذه الشبكات تأثيرات في كافة مجالات الحياة المختلفة، إذ أوصت دراسة (السديري، 2014) ودراسة (اكحيل، 2015) بضرورة دراسة ظاهرة الشائعات في وسائل الاتصال الجماهيري المتنوعة ومنها شبكات التواصل الاجتماعي.

ولمعرفة وجهة نظر أعضاء الهيئات التدريسية في الكليات المختلفة لجامعة ديالى لمحتوى ومضامين وأسباب الشائعات المنتشرة في شبكات التواصل الاجتماعي ورأي هذه النخبة بما ينشر من شائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، باعتبارهم مكون مهم من النخب العراقية، من خلال ما لاحظته الباحثة من كثرة الشائعات على تلك الشبكات، تتحدد مشكلة الدراسة بالسؤال التالي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس العاملين في جامعة ديالى؟

ج. أسئلة الدراسة:

تطرح هذه الدراسة الأسئلة التالية:

1. ما درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي؟
2. ما أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى؟
3. ما أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى؟
4. ما درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي وما الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى؟
5. ما الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى؟
6. هل توجد فروق إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لتقييم أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل الأكاديمي، الدرجة العلمية، سنوات الخبرة).

د. أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة بالنقاط التالية:

1. تحديد درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.
3. توضيح أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.
4. بيان درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي وتحديد الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.
5. التعرف على الحلول والمعالجات التي يمكن أن تحد من ظاهرة نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.
6. بيان الفروق الإحصائية لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للعوامل الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل الأكاديمي، الدرجة العلمية، سنوات الخبرة).

هـ. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة بالنقاط التالية:

- تتناول الدراسة ظاهرة اجتماعية خطيرة منتشرة على شبكات التواصل الاجتماعي و هي تشكيل ونشر الشائعات.

- تتخذ الدراسة فئة مهمة من فئات المجتمع كميدان ومجال بشري وهي فئة التدريسيين الجامعيين، وهذا يضيف عليها أهمية لأن أخذ بوجهة نظر هذه الفئة لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات يفترض أن يكون مبنياً على أسسٍ علميةٍ وأكاديمية.

- يمكن أن تساعد هذه الدراسة في فهم طبيعة الشائعات وأسبابها ومضمونها، والكشف عن أفضل الطرق الممكنة لمواجهة هذه الظاهرة.

- تمثل شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة اتصالية متطورة على الساحة العراقية، لذا تتزايد الأهمية بدراسة تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة في تغيير اتجاهات الأفراد تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

و. مصطلحات الدراسة:

شبكات التواصل الاجتماعي: هي مواقع تكون مجتمعات إلكترونية كبيرة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تقوية التواصل والتفاعل بين مستخدمي الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل الصداقة والتعارف والمراسلة والمحادثة الفورية، وتكوين مجموعات ذات اهتمام مشترك وصفحات للأفراد والمؤسسات للمشاركة في الأحداث والمناسبات ومشاركة الوسائل مع الآخرين كالصور والفيديوهات والبرمجيات. (الكرخي، 2017، ص77)

وتعرف إجرائياً: هي شبكات الفيسبوك والتويتر واليوتيوب وبقية الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها أفراد المجتمع العراقي للتواصل والتي قد تكون مصدراً في نشر الشائعات.

الدور: هو ما يشير إلى معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وصفاً معيناً في البناء الاجتماعي أو الوظيفي أو الأداء الذي يقوم به الإعلام بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة. (شلبي، 1994، ص8)

ويعرف إجرائياً: بأنه مدى ما تسهم به شبكات التواصل الاجتماعي في نشرها للشائعات.

التعريف اللغوي للشائعة: شاع الخبر في الناس: يشيع شيعاً وشيعاناً ومشاعاً وشيعوعة، فهو شائع، انتشر وافترق وذاع وظهر، وأشاعه هو أشاع ذكر الشيء: أطاره وأظهره، وقولهم: هذا خبر شائع وقد شاع في الناس. (ابن منظور، 1997، ص394)

الشائعات: هو اصطلاح على رأى موضوعي معين مطروح كي يؤمن به من يسمعه، وهي تنتقل عادة من شخص إلى آخر عن طريق الكلمة الشفهية دون أن يتطلب ذلك مستوى من البرهان أو الدليل. (سميسم، 2005، ص92)

إجرائياً: وهي الشائعة التي يتم تداولها عبر شبكات التواصل الاجتماعي دون معرفة مصدرها، وعدم التثبت من صحتها والتي تحاول هذه الدراسة معرفة موضوعاتها وأسباب انتشارها من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

أعضاء هيئة التدريس: هم من يقومون بعملية التدريس في الجامعات وتفاوت درجتهم العلمية من شخص لآخر، فهناك أستاذ، وأستاذ مساعد، ومدرس، ومدرس مساعد. (صالح، 2015، ص5)

إجرائياً: هم الهيئات التدريسية في جامعة ديالى من حملة شهادتي الماجستير والدكتوراه
المستمرين بالعمل.

ز. حدود الدراسة:

1. الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي 2016_2017.
2. الحدود المكانية: محافظة ديالى / العراق.
3. الحدود البشرية: أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

ح. محددات الدراسة:

يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة في حال تحقق التالي:

- صدق وثبات أداة الدراسة التي تم تصميمها لغرض تحقيق أهداف الدراسة.
- صدق وجدية المستجيبين على أداة الدراسة.

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

النظريات المؤطرة للدراسة:

يتناول الباحث في هذا الجزء من الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الاستخدامات والإشباع، ويجد الباحث أن هناك إقبال كبير من مستخدمي الإنترنت في العراق على شبكات التواصل الاجتماعي والتي لبت رغبات واحتياجات أفراد المجتمع العراقي من خلال نشر المواضيع المختلفة والأخبار المثيرة.

ونظراً للزيادة الكبيرة لهذه الشبكات الاجتماعية أصبحت أدوات اتصالية مهمة للمعرفة ونشر الأخبار والتأثير في مستخدمي تلك الشبكات، وقد استغل بعض الأفراد هذه الشبكات لنشر الشائعات، واختيار الشبكة المناسبة للأفراد المجتمع في إشباع حاجتهم إلى المعرفة والاستطلاع وهي فروض مدخل الاستخدامات والإشباع، كما تستفيد الدراسة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في معرفة المتغير الأساس وهي رغبة الفرد في التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي والذي يفسر التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية للشبكات الاجتماعية، وكذلك التأثيرات التي تحدثها تلك الشبكات في الأفراد، فأن الباحث وجد من خلال اطلاعه على مجموعة من النظريات الإعلامية أن من أنسب النظريات والأكثر تعبيراً والأقرب في معالجة الظاهرة التي تبحثها الدراسة

هما نظرية الاستخدامات والإشباعات بالإضافة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظراً لارتباطهما بموضوع الدراسة، لما تمتلكه هاتان النظريتان من مداخل في المفاهيم والدلالات .

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

ترتكز هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يأتي بمعزل عن التأثيرات التي يحدثها النظام الاجتماعي الذي نعيش فيه نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال والطريقة التي نتفاعل بها مع تلك الوسائل فتأثر بما نتلقاه من المجتمع، وهذا يشمل كذلك ما نتعلمه من وسائل الاتصال، كما نتأثر أيضاً بما يمكن أن يحدث في الوقت الذي نتعامل فيه مع تلك الوسائل. (إسماعيل، 2003، ص 278)

ومن الأهداف الرئيسة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أثراً قوياً ومباشرة على المتلقين، وفي أحيان أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما. (مكاوي والسيد، 2009، ص 313)

ولذا فإن أية محاولة لشرح تأثيرات وسائل الإعلام يجب أن تأخذ عوامل (متغيرات) عديدة في الاعتبار، وإذا أخذنا هذه المتغيرات في الاعتبار، من الناحية الفردية والتفاعلية والتنظيمية، فإننا يمكن أن نحصل فهماً أعمق لتأثير وسائل الاتصال. (العبد الله، 2010، ص 282)

فرضيات النظرية:

يوجد لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فرضيات عدة منها: (كنعان، 2014، ص 128-129)

1. يتراوح تأثير وسائل الاتصال بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة، والخبرات السابقة.
2. يعد نظام وسائل الاتصال عاملاً مؤثراً في النسق الاجتماعي، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
3. استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثير النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.
4. استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الإعلام، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام.

آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

ترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام تقوم بتحقيق ثلاثة تأثيرات من خلال اعتماد الناس عليها وهي: (الخرزلي، 2015، ص112)

1. **الآثار المعرفية Cognitive Effects**: تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام على الغموض، وتكوين الاتجاهات، وترتيب الأولويات، واتساع المعتقدات، والقيم.
2. **الآثار الوجدانية: Affective Effects**: إن المقصود بالآثار الوجدانية هي المشاعر، مثل الفتور العاطفي والخوف والقلق والدعم المعنوي.
3. **الآثار السلوكية Behavioral Effects**: تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين، هما التنشيط والخمول.

ويرى الباحث أن هذه النظرية من خلال فرضياتها وتأثيراتها تتفق مع هذه الدراسة إذ تستطيع شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال ما تنشره من المعلومات والأخبار والتي يكون فيها لعدد من الشائعات تأثيراً في اتجاهات الجمهور، كذلك اعتماد الكثير من أفراد المجتمع ووسائل الإعلام على شبكات التواصل كمصدر للمعلومات جعلها مصدراً للشائعات.

نظرية الاستخدامات والإشباع

يعود الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال، وظهرت هذه الدراسات في أربعينات القرن العشرين، مثل أعمال (لاز سفليد Lazarsfield) و(ستاتون Staton) و(بيرلسون Berison)، وبعدها أعمال(ريليز Rileys) و(فريدسون "Freidson) و(ماك كوبي Mac Coby) وظهرت في الستينيات أعمال (شرام "Schramm) و(لايل "Lyle) و(باركر Parker) في الاتجاه ذاته، ويقدم نموذج الاستعمال والإشباع مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد بأن الأسلوب التي يتبعه الأفراد تجاه وسائل الاتصال اشد تأثيراً من المتغيرات السكانية والاجتماعية والشخصية. (أبو أصبع، 2010، ص210)

ويرى النموذج إن الأفراد يوظفون بفعالية مضامين الرسائل الإعلامية والاتصالية بدلاً من أن يتصرفوا سلبياً تجاهها، وبذلك فإن هذا المدخل لا يتحتم فيه تواجد صلة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والاتصالية وتأثيراتها على جمهور المتلقين، ويفترض بدلاً من ذلك أن جمهور المتلقين يستخدم الرسائل لأمر كثيرة، وتلك الاستخدامات تلعب دوراً كعوامل وسيطة ومتغيرات متداخلة في مصطلح مناهج البحث في عملية التأثير. (العبد الله، 2010، ص279)

وهناك خمسة فروض يرتكز عليها مفهوم الاستخدامات والإشباع لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وتتضمن فروض النموذج التالي: (حجاب، 2010، ص299)

1. إن جمهور المتلقين مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستعملونها لكي يحققوا أهدافاً مقصودة تلبية توقعاتهم.

2. يُعَبَّر استعمال وسائل الاتصال عن الحاجات التي يفهمها جمهور المتلقين، ويحكم ذلك عوامل (الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد).

3. التأكيد على إن جمهور المتلقين هو الذي يقوم باختيار الرسائل والمضمون الذي يقوم بإشباع حاجاته، فالجمهور هو الذي يستخدم وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الجمهور.

4. يستطيع جمهور المتلقين دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبذلك يستطيعون اختيار الوسائل التي يمكن أن تقوم بإشباع تلك الحاجات.

5. يمكن التعرف على المعايير الثقافية التي تسود المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال مضمون تلك الرسائل فقط.

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية: (إسماعيل، 2003، ص255)

1. التعرف إلى كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى جمهور المتلقين النشط الذي يستعمل الوسيلة التي تقوم بإشباع حاجاته وأهدافه.

2. معرفة دوافع استعمال وسيلة بذاتها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستعمال.
3. التأكيد على إن إدراك عمليات الاتصال الجماهيري تأتي نتيجة لاستعمال وسائل الاتصال الجماهيري.

وهناك مجموعة من العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والإشباع، والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية لدى الإنسان، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عنها مشكلات فردية تختلف في حدتها، وحلول محتملة لتلك المشكلات، وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات، ويؤدي ذلك إلى الإشباع أو عدم إشباع، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة. (مكاوي والسيد، 2009، ص242)

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع

تمتاز النظرية الخاصة بالاستخدامات والإشباع بعدد من العناصر التي توضح وتفسر أبعاد هذه النظرية، وهذه العناصر هي: (مراد، 2011، ص141-142)

1. الجمهور النشط.
2. الأصول النفسية والاجتماعية للإشباع.
3. دوافع الجمهور وحاجاته.
4. التعرض لوسائل الاتصال.
5. الإشباع الناتجة عن التعرض.

6. دوافع الجمهور للتعرض.

7. توقعات الجمهور من وسائل الإعلام.

وعند الرجوع إلى الخصائص الأساسية التي تمتاز بها شبكات التواصل الاجتماعي نجدها تدعم بشكل كبير الأفكار الأساسية التي تركز عليها نظرية الاستخدامات والإشباع، فالخصائص التي تدعم نظرية الاستخدامات والإشباع هي: (التميمي، 2015، ص 113)

1. **التفاعلية:** وهي الخاصية التي يمكن من خلالها سيطرة المشاركين في عملية الاتصال على تبادل الأدوار والخطاب في اتجاهين، وإن هذه الخاصية التي تمتاز بها شبكات التواصل الاجتماعي تدعم فكرة الجمهور النشط .

2. **الانتقائية:** وهي قدرة المستخدم على اختيار المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام من بين قائمة كبيرة من الوسائل وفقاً لرغباتهم وحاجاتهم، وهذه تدعم فكرة أخرى ركزت فيها نظرية الاستخدامات والإشباع أن الجمهور يختار وسائل الإعلام لتلبية حاجاتهم النفسية والاجتماعية.

3. **اللاتزامنية:** وهي القدرة على استقبال وقراءة الرسائل الإلكترونية في أي وقتٍ وفقاً للوقت المناسب للجمهور، ويدعم هذا الجانب سيطرة الأفراد على استخدام وسائل الإعلام وفقاً لارتياعهم من هذه الوسائل، فالجمهور هو الذي يستخدم وسائل الإعلام وليس وسائل الإعلام هي التي تستخدم الجمهور، وهذا يؤكد تلائم نظرية الاستخدامات والإشباع مع دراسات شبكات التواصل الاجتماعي.

ويرى الباحث إن هذه النظرية يمكن أن تقيد في فهم دوافع أفراد عينة الدراسة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال الاستخدام يستطيع أعضاء هيئة التدريس في الجامعات معرفة أسباب ومضمون وشكل الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي.

الشائعات

التعريف اللغوي والاصطلاحي للشائعة:

أ- **التعريف اللغوي للشائعة:** عرفها (الأصفهاني، 2009، ص 270) بأنها: (شيع: الشيع الانتشار والتقوية، يقال شاع الخبر، أي كثر وقوي، وشاع القوم: أي انتشروا وكثروا، وشيعت النار بالحطب قويتها، والشيعية: من يتقوى بهم الإنسان وينتشرون عنه، ومنه قيل للشجاع مشيع، ويقال شيعية وشيع وأشياع).

وجاء في المعجم الوسيط (ينتشر غير شاع الشيء شيعاً وشيعاناً ومشاعاً: ظهر وانتشر، ويقال شاع بالشيء: أذاعه.. والإشاعة: الخبر غير مثبت منه، والشائعة: الخبر ينتشر ولا تثبت فيه، والجمع شوائع، والشاع: الشائع، والشاعة: الخبر: الشائعة). (أنيس، 1972، ص 503)

ب- **التعريف الاصطلاحي للشائعة:** يوجد للشائعة تعاريف عديدة منها تعريف: (حمزة، 1982، ص 245) (الشائعة هي الأحاديث والروايات والأخبار التي يتداولها الناس دون التحقق من صحتها، ودون التأكد من صدقها، ويعمد الكثير من الناس لتصديق كل ما يسمعون دون أن يحاولوا التحقق من صحته، ثم يروونه بدورهم إلى غيرهم، ويمكن أن يضيفوا إليه بعض التفاصيل الجديدة، وقد يصبحوا أكثر تحمساً لما يروونه ويدافعون عنه بشكل لا يتركون فيه السامع يتشكك في صدق ما يقولون).

ويعرفها (عبد القادر، 1980، ص 140) بأنها: (فكرة خاصة يؤمن بها الناس، تنتقل من شخص لآخر، ويتم هذا عادة بواسطة الكلمة التي يتفوه بها الإنسان، دون أن تستند إلى دليل أو شاهد).

كما عرفها (أبو زيد، 1980، ص 65) بأنها: (الشائعة هي رواية يتناقلها الأفراد دون أن يركزوا على مصدر لتأكيد صحتها أو أنها اختلاق لخبر أو قضية لا أساس لها من الواقع، أو هي مجرد تحريف من خلال الزيادة أو النقصان في سرد خبر يحوي على قدر ضئيل من الحقيقة، وكله مما يعبر عنه باللفظ أحياناً أو بالنكتة والرسم في أحيان أخرى).

وقد عرفها (ألبرت وستمان، 1964، ص 11) بأنها: (هي كل قضية أو عبارة نوعية، أو موضوعية مقدمة للتصديق تتناقل عادة من شخص لآخر بالكلمة المنطوقة، وذلك دون أن تكون معايير أكيدة للصدق).

أما تعريف (كابفيرير، 2007، ص 15): (تصريحاً يطلق لتصدقه العامة ويرتبط بأحداث الساعة وينتشر من دون التحقق رسمياً من صحته).

ويتضح لنا من خلال التأمل في التعريفات السابقة عدة نقاط منها:

1. تنوع تعريفات الشائعة، واختلاف آراء الكتاب والعلماء والدارسين لهذه الظاهرة الاجتماعية كل حسب مجاله العلمي وفهمهم لظاهرة الشائعة.
2. تأكيد بعض التعاريف على أن الشائعة أقوال غير متحقق من صدقها تتصف بالغموض والأهمية والأثارة للمتلقي.
3. تنوع وسائل وأشكال الشائعة مثل الكلمة المنقولة والرسم والنكتة وغير ذلك من الأشكال.

4. تبين لنا بعض التعريفات أن للشائعة أهداف وغايات خاصة تعمل على تحقيقها.

5. يتضح من التعريفات المختلفة للشائعة وجود تضخم وزيادة في تفاصيل الشائعة من خلال نقلها ونشرها ورواجها بين أفراد المجتمع.

وأخيراً يمكن للباحث أن يعرف الشائعة بأنها:

(أقوال وأفعال مجهولة المصدر غير مصحوبة بدليل على صدقها، يتناقلها الأفراد وتدور حول موضوعات هامة بالنسبة لهم، وتتصف بالغموض والأهمية والأثارة لدى الجمهور، ولها وسائل تقليدية وإلكترونية مختلفة لنقلها وتهدف لتحقيق غايات معينة).

التطور التاريخي للشائعة:

الشائعة ليست بالظاهرة الجديدة، حيث بدء الاهتمام بدراستها وتحليلها من قبل العلماء والدارسين من منذ فترة طويلة، غير إن نشوئها قد بدأ منذ نشوء المجتمعات البشرية، حيث يوجد أمثلة واضحة تدل على أن الشائعة قد وجدت في جميع الحضارات والثقافات، ولقد وجدت مع الإنسان ونمت وتبلورت في كل الحضارات الإنسانية القديمة منها والحديثة. (عواد، 2000،

ص255)

وقد كانت الشائعة منذ فجر التاريخ تقلق الحكام لدرجة جعلت بعضهم يتجسس على رعاياه بموظفين متخصصين ينقلون إليهم ما يهمس به الناس من الشائعات وكانت قصص كل يوم تعتبر (مقياساً) للشعور العام، وعند الحاجة كان هؤلاء الموظفون يقومون بترويج الشائعات المضادة.

(نوفل، 1985، ص99).

وعرف التاريخ القديم الكثير من الشائعات، وما قصة مريم وولدها عيسى من غير أب إلا دليل آخر على ذلك، فولادة عيسى (عليه السلام) خلق مجالاً للشائعات التي روج لها ونشرها اليهود الذين حاولوا مس شرف مريم والتشكيك بالمسيح (عليه السلام)، وتعرض كذلك للشائعة الفيلسوف اليوناني (سقراط)، حيث نشر أعدائه شائعة مفادها أن سقراط كان يريد أن يفسد شباب أثينا ويشجعهم على التمرد والعصيان على الدولة، الأمر الذي أدى إلى محاربتة بسبب تصديق أفراد الشعب لتلك الشائعة. (سكري، 1991، ص 175)

وقد شهدت العهود الإسلامية المتلاحقة العديد من الشائعات، ابتداءً من بدء الدعوة الإسلامية على يد الرسول محمد (صلى الله عليه وسلم)، مروراً بعهد الخلفاء الراشدين وما أعقبه من عهود إسلامية متعددة. (المعذوري، 2010، ص 58)

ويذكر التاريخ أن (جنكيز خان) استخدم الشائعة لتحقيق الانتصارات والتفوق على أعدائه من خلال نشر وبث الشائعات من خلال المأجورين والعملاء، والتي تعمل على تضخيم أعداد قواته والترويج لضراوتهم وشراستهم وبطولات الجيوش التترية في المعارك التي خاضتها والتي اعتمدت على السرعة والحركة. (عبد الله، 1998، ص 25)

وما يذكره مؤرخو الشائعة عن استخدام الثوار الهنود للشائعات في عام (1857)، إذ انتشر بين جنود الجيش الهندي أن دانات المدافع التي يستخدمونها ضد الثوار مدهونة بزيت الخنازير والبقر، مما ترتب عليه نتيجة تلك الشائعة أن امتنع الجنود الهنود عن محاربة الثوار وإطلاق النار عن طريق المدافع، وذلك بسبب أن الهندوس يحرمون في ديانتهم أكل لحم الأبقار لكونهم يعبدونها. (الكلباني، 2015، ص 262)

أما العصر الذهبي للشائعة فقد بدأ مع التطور التقني وازدهار وسائل الحرب النفسية وتطور أساليبها إبان الحرب العالمية الأولى (1914-1918) والحرب العالمية الثانية (1939-1945)، وقد مكنت ثورة الاتصالات من نشر واستخدام الشائعة بشكل كبير في تلك الحروب. (القحطاني، 1997، ص26)

وقد انتشرت شائعة في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الحرب العالمية الأولى مفادها أن جندياً أسيراً في اليابان أرسل رسالة إلى أهله يبلغهم بها عن مصيره وما جرى له، حيث أعلمهم بضرورة الاحتفاظ بالطابع البريدي الموضوع على ظرف الرسالة، وحين تم نزع الطابع البريدي وجد مكتوب تحته (لقد قطعوا لساني) لكن في الحقيقة إن الرسائل الحربية لا يوجد عليها طابع بريدي إطلاقاً، وفي الحرب العالمية الثانية كانت الإذاعات التابعة للحلفاء تبث من داخل ألمانيا أو من على حدودها لإعلان معارضة النظام النازي القائم بينما كان الهدف الحقيقي منها خداع أعداء هتلر وألمانيا وبث ونشر الشائعات التي تساعد في إضعاف روحهم المعنوية. (الدليمي، 2015، ص179)

ويتضح لنا من خلال هذه الجولة التاريخية لمراحل تطور الشائعة، إن الشائعة قد ظهرت مع ظهور الحضارات الإنسانية الأولى فلا يوجد تجمع بشري لم تنتشر فيه الشائعة، وقد استخدمت بشكل خاص في أوقات الحروب والأزمات، إذ إن قادة الحرب عبر التاريخ قد استخدموها كوسيلة مهمة في حروبهم وإن لم تكن تسمى بتلك التسمية أي (الشائعة)، إذ إنها ليست جديدة على التجمعات الإنسانية ولكن الجديد فيها أنها أصبحت تستخدم أحدث التقنيات الموجودة وقت انتشارها.

العلاقة بين الشائعة وبعض المصطلحات الأخرى:

قد يختلط مصطلح الشائعة مع غيره من المصطلحات كالدعاية، والرأي العام، والحرب النفسية، وفيما يلي نورد علاقة الشائعة بتلك المصطلحات:

أ- علاقة الشائعة بالدعاية:

تتشارك الشائعة والدعاية بكونهما أسلوبان من أساليب الحرب النفسية الموجهة، إلا أن هنالك فروقاً بين المفهومين، إذ إن الشائعة كما استعرض سابقاً هي أخبار أو أقاويل لا تمتلك معايير الدقة والمصادقية، أما الدعاية فتختلف من حيث طريقة البناء والتوجيه، فهي بحسب تعريف عالم الاتصال (هارولد لاسويل) "التعبير المدروس عن الآراء أو الأفعال التي تصدر عن الأفراد أو الجماعات والذي يهدف للتأثير في آراء أو أفعال أفراد أو جماعات أخرى، وذلك من أجل أهداف محددة مسبقاً ومن تحكم نفسي"، وكما قال وزير الدعاية النازي (غوبلز) "إننا لا نتكلم لكي نقول شيئاً ما وإنما لكي نحصل على تأثير ما". (رحيم، 2016، ص 37).

وتعتبر الشائعات وسيلة مؤثرة من وسائل الدعاية، ويوجد كثيرون يعتقدون بأن الشائعات لها نفس التأثير الذي للتلفزيون أو الإذاعة أو الصحف، ويمكن أن تستخدم الشائعات استخداماً إيجابياً لتقوية الدعاية البيضاء للذين يعملون على نشرها، ومن ناحية أخرى تحدث الشائعات آثار سلبية وتكون نوعاً من القطيعة بين الناس وحكوماتهم، وبشكل خاص حينما تؤثر في توجهاتهم. (حمود،

(2008، ص 50)

ب- علاقة الشائعة بالرأي العام:

تلعب الشائعة دوراً بارزاً في تكوين ونشأة الرأي العام، كما إن الرأي العام الصائب يلعب دوراً هاماً في القضاء على نشر الشائعة وأسبابها وجذورها، أي إن كلا الأمرين يلعب دوراً هاماً مع الأمر الآخر وهذا يتوقف على مدى تأثير الشائعة وخطورتها على الرأي العام. (أبو سمره، 2012، ص85)

ويمكن فهم الرأي العام حسب تعريف (السكري، 1991، ص81) بأنه "مجمّل وجهات النظر والاتجاهات والمعتقدات الفردية التي تعتنقها نسبة لها دلالتها من أعضاء المجتمع حول موضوع معين بالذات".

وقد تستخدم الشائعة على المستوى الرسمي بحيث يراد منها معرفة اتجاه وقياس الرأي العام، ومعرفة ردة فعل الناس، وذلك عندما تريد الحكومة إصدار قرارات تمس الحياة اليومية للمواطنين مثل زيادة أسعار بعض المشتقات النفطية، فهي عبارة عن استطلاع رأي يتعرف به صناع القرار على طبيعة اتجاه الرأي العام السائد في البلد. (الختاتنة والنوايسة، 2011، ص234)

أما بالنسبة للشائعة التي يمكن أن تؤثر في الرأي العام فقد يرجع سبب تأثيرها هذا إلى انعدام أو تأخر التصريحات الحكومية حول حدث ما أو أزمة تمر بها البلد مما ينتج عنه كثرة التكهنات والافتراضات الأمر الذي يؤدي إلى تشكيل ونشر الشائعة التي تؤثر في الرأي العام. (القحطاني، 1997، ص60)

ج- علاقة الشائعة بالحرب النفسية:

يوجد علاقة وطيدة بين الشائعة والحرب النفسية، وتلك العلاقة هي علاقة الجزء بالكل، فالشائعة تعد بمثابة الجزء والحرب النفسية تعد بمثابة الكل، ولقد اتفق علماء النفس وكذلك علماء

الاجتماع والمختصون في هذه المجالات على أن الشائعة تعد أحد أساليب الحرب النفسية، فقد ورد في جميع مراجع الحرب النفسية بأن الشائعة أسلوب من أساليبها أو هي وسيلة من أقوى وسائلها. (الكلباني، 2015، ص 251)

وقد عرفتها (سميسم، 2005، ص 13) بأنها: "نوع من القتال لا يتجه إلا للعدو ولا يسعى إلا لهدم النواحي المعنوية له بشتى الوسائل، للقضاء على كل صورة من صور الثقة بالنفس والتي قد تولد فيه المقاومة أو عدم الإذعان والاستسلام".

والشائعة في مجال الحرب النفسية هي من أخطر وأشد أساليب الحرب، لأنها تعمل على إثارة الفتن والنزاعات بين أفراد المجتمع، ومن الصعب معرفة مصدرها. (حجاب، 2007، ص 79)

مراحل تكوين الشائعة:

هناك مراحل صنفها بعض العلماء والباحثين تمر بها الشائعة لتكون جاهزة وقابلة للنشر في المجتمع: (الدليمي، 2015، ص 183)

أ- المرحلة الأولى: مرحلة الإدراك الانتقائي: أي مرحلة انتقاء الخبر من قبل مجموعه من الناس يحملون خصائص مشتركة فيما بينهم مثل عدم الشعور بالثقة والشعور بالتهميش أو ضعف الانتماء، فهم يدركون الموضوع بشكل انتقائي والذي سوف يكون المادة الرئيسة للشائعة.

ب- المرحلة الثانية: مرحلة التنقيح: بعد إدراك الموضوع تبدأ مرحلة التنقيح أي الإضافة أو الحذف وكذلك تضاف إليها بعض العبارات المتداولة في ذلك الوسط لكي تكون مفهومه ومقبولة لدى عدد أكبر من الناس الذين يعيشون في ذلك الوسط .

ج- المرحلة الثالثة: مرحلة الانطلاق: بعد إدراك الموضوع والقيام بتتقيحه يتم إطلاق الشائعة بعد أن تكون جاهزة وسهلة الاستيعاب ويتم إطلاقها في الوقت المناسب لكي تؤدي أغراضها.

خصائص الشائعة:

حدد العديد من علماء النفس والاجتماع والدارسين لظاهرة الشائعات خصائص عديدة أبرزها:

1. يعد النشر من أهم خصائص الشائعة، وبخاصة إذا ارتبطت بموضوعات مهمة وجاءت عملية نشرها في ظروف يصعب التيقن من صحتها. (رحيم، 2016، ص 46).
2. تتسم الشائعة بطابع الغموض والأهمية، كما تستمد مضمونها من واقع المجتمع الذي تبث فيه، وتأخذ حاجات الأفراد بعين الاعتبار عند نشرها. (الجبور، 2010، ص 267)
3. سهولة انطلاق الشائعة في المجتمع، وفي نفس الوقت صعوبة توقفها، فالشائعة تسير بسرعة النار في الهشيم، ولكن من الصعوبة بمكان إيقافها والحد من آثارها. (رجب، 2011، ص 16)
4. قد تكون الشائعة صادقة فقد تحتوي معلومات صحيحة ولكن يمكن أن تشكل نواة شائعة، مثال على ذلك موضوع تعديل سلم رواتب الموظفين أو ارتفاع العملة الأجنبية. (أبو عرقوب، 2003، ص 93)
5. قد تتضمن بعض الشائعات المقصودة نوعاً من الصدق والكذب في نفس الوقت، وذلك لجس نبض الجمهور المستهدف بالشائعة ومدى تقبله أو رفضه للمعلومات أو الأشخاص أو الأفكار المراد إيصالها إليه. (المعذوري، 2010، ص 74)

6. صعوبة معرفة مصدر الشائعات أثناء انتشارها، فمن الصعوبة معرفة الشخص أو الجهة مصدر الشائعة بالرغم من ضرورة معرفته، وذلك من أجل الرد على الشائعة ومحاسبة مطلقها. (حربي، 2013، ص96)

7. تترين الشائعة بضمان معنوي أو رسمي (مصدر مسؤول غير محدد) أو (مصدر فضل عدم الكشف عن هويته). (الزويني، 2015، ص82)

أهداف الشائعات:

يوجد للشائعات أهداف عديدة أهمها:

1. تحطيم الروح المعنوية للخصم، وذلك عن طريق النيل من بناء القيم ومن بناء التنظيم القائم، والإخلال بدرجة التماسك والترابط المجتمعي بين أفراد المجتمع، ومن أخطر الأمور التي تزيد من خطورة هذا الوضع هو تعرض هذا النسق من القيم والتنظيم لمحاولات الزعزعة والإخلال. (سميسم، 2005، ص98)

2. تهدف الشائعة من خلال نشرها بين أفراد المجتمع على بث الخصومة والبغضاء تمهيداً لتدمير استقراره النفسي والتعايش السلمي بحيث يصبح المجتمع ممزقاً وتضعف معنوياته. (الحربي، 2013، ص82)

3. تعمل الشائعة على تحقيق الأهداف السياسية المرسومة لها وذلك من الموضوعات التي تتناولها عن قادة النظام السياسي والحكومة والشخصيات البارزة في المجتمع، فهي تسعى إلى التشكيك في الخطط التي يرسمها النظام السياسي في البلد. (الكلباني، 2015، ص26)

4. تهدف الشائعة اقتصادياً لاستغلال بعض الظروف التي تحصل أحياناً مثل انتشار البطالة وارتفاع الأسعار ونقص المواد والسلع الضرورية، ويستغل مروجو الشائعات تلك الظروف لكي يشككوا بالوضع الاقتصادي والنيل من سياسية الدولة الاقتصادية. (المعدوري، 2010، ص79)
5. جس نبض الرأي العام ومعرفة رد فعله ومواقفه واتجاهاته تجاه قضية ما، من خلال التأثير الذي تخلقه الشائعة في اتخاذ أو تمرير قرارات سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو عسكرية. (رحيم، 2016، ص50)

قانون الشائعة:

يذكر الكتاب ومنظرو الشائعات أن هنالك قانوناً هاماً يوضح مدى قوة الشائعة وشدتها وهذا القانون هو: (المعدوري، 2010، ص87)

$$\text{قوة الشائعة} = \text{الأهمية} \times \text{الغموض}$$

والمقصود بالأهمية: أي أهمية الموضوع الذي تدور حوله الشائعة بالنسبة لمصدرها أو ناقلها أو المستهدف بها.

وأما المقصود بالغموض فهو ما يحيط بموضوع الشائعة وما يكتنفها من عدم وضوح، إلا أن غياب الوضوح يعني غياب التفسير الدقيق للموضوع.

وهناك عدة عوامل تشكل الغموض لأي موضوع منها: (أبو عرقوب، 2003، ص81)

أ. عدم توفر معلومات صادقة ورسمية.

ب. وجود جو يخيم عليه القلق والخوف والرعب.

ج. التأخير في اتخاذ إجراء سريع حول قضايا هامة ومستعجلة.

د. عدم السيطرة على الأمور خاصة وقت الأزمات والكوارث.

تصنيف الشائعات وأنواعها:

تصنف الشائعات بحسب دوافعها وتوقيتاتها الزمنية وموضوعاتها إلى:

1. الشائعات بحسب الدوافع النفسية:

وضع علماء النفس ثلاثة أنواع بحسب الدوافع النفسية وهي:

أ- **شائعات اليأس والخوف:** وهي الشائعات التي تتكون من خوف الإنسان وقلقه، كالخوف من الأعداء، أو انتشار مرض أو وباء أو من حوادث إرهاب غامضة المصدر، وكما يساعد الخوف على ظهور الشائعات فإنه يضاعف كذلك من تضخيمها وسرعة انتشارها. (الكلباني، 2015، ص248)

ب- **شائعات الأمان والأحلام:** وهذه تسمى أيضاً الرغبة أو شائعة الأمل أو التفاؤلية، والبيضاء والتمني في بعض الأوقات، وهي تقابل شائعة اليأس والخوف، وهي تعبر عن الأمان والأحلام عن طريق نقل الشائعة تطمئن سامعها وناقلها فيعمد إلى تصديقها، وكأن تتحدث عن وجود تعينات في المؤسسات الحكومية أو زيادة في رواتب الموظفين. (الدباغ، 1998، ص95)

ج - **شائعات الحقد أو الكراهية:** ويعد هذا النوع من أخطر أنواع الشائعات التي تستهدف التعايش السلمي والتفرقة بين الشعوب وخلق عداوة عن طريق تجسيد حدث فردي وتعميمه على أفراد الشعب

وأثارة النزاعات الطائفية والمذهبية والقومية من أجل ضرب النسيج الوطني للبلاد وصولاً إلى تحطيم الروح المعنوية للشعب، ويقوم العدو والجواسيس والطابور الخامس بترويج هذه النوعية من الشائعات. (القحطاني، 1997، ص47)

2. تصنيفُ الشائعات بحسب التوقيت الزمني وسرعة الانتشار:

أ- الشائعات الزاحفة أو الحابية: وهي الشائعات التي تنمو وتنتشر ببطء حتى تصل في النهاية إلى مرحلة بحيث يعرفها الناس، وغالباً ما تتناول هذه الشائعات مواضيع توجه ضد مسؤولي الحكومة والغرض منها تشويه سمعتهم والنيل منهم وكذلك تستهدف عرقلة التطور والنمو الاجتماعي والاقتصادي للبلاد. (سميسم، 2005، ص94)

ب- الشائعات الاندفاعية أو السريعة: وهي الشائعات التي تنتشر بسرعة مذهلة حتى تغطي المجتمع المستهدف أو الفئة المطلوبة من وراء الترويج تلك الشائعة في وقت قياسي، ويعتمد هذا النوع من الشائعة على أهمية وغموض الموضوع الذي تتناوله. (حربي، 2013، ص86)

ج - الشائعات الغاطسة أو الغائصة: ويظهر هذا النوع من الشائعات خلال فترة معينة وفي ظروف معينة، ثم يختفي ليعاود الظهور مره أخرى في حال عودة الظروف التي أظهرتها أول مرة، كالشائعات التي انتشرت خلال الحرب العالمية الأولى، ثم عادت لتظهر مرة ثانية في الحرب العالمية الثانية لتشابه الظروف، وتشكل الشائعة الأمريكية حول امتلاك العراق أسلحة الدمار الشامل هذا النوع من الشائعة حيث تظهر قبل أي هجوم أو عدوان أمريكي، خاصة في احتلال العراق عام 2003. (الكحيل، 2015، ص35)

3. تصنيفُ الشائعات بحسب موضوعاتها:

أ- **الشائعات السياسية:** والمقصود بها الشائعات المتعلقة بالجانب السياسي، وهي أخطر أنواع الشائعات المنتشرة في وقتنا الحالي، وتلعب هذه الشائعة دوراً كبيراً من خلال تأثيرها على الفرد والمجتمع، حيث تستخدم أشكالاً كثيرة لنشرها مثل النكتة والصور المفبركة وقصص الفضائح، وتكون لصالح أهداف سياسية تخدم في النهاية مصالح معينة للتأثير على تفكير الناس وتغيير مواقفهم واتجاهاتهم تجاه قضايا معينة. (رجب، 2011، ص7)

ب- **الشائعات الاجتماعية:** والمقصود بها الشائعات التي تركز على الأمور والمسائل الاجتماعية وما يهم المجتمع ويؤثر فيه ويوهن من عزيمته ويثبط قدراته ويشل إرادته ويجعله قلقاً متخوفاً متحفزاً لقبول أي شائعة وتصديقها، وهذا النوع من الشائعات خطير لأنه يورث الأحقاد الاجتماعية والكره والبغضاء بين أفراد المجتمع. (المعذوري، 2010، ص61)

ج- **الشائعات الاقتصادية:** وهي الشائعات التي تهاجم مجالاً معيناً من الاقتصاد أو جميع مجالاته، إذ يسعى مروجوها إلى تحقيق غرض معين من الاقتصاد وإصابته عن طريقها، مثل الشائعات التي تستهدف أسواق المال وأسعار العملات (البورصات) وأسعار الأسهم والمتعاملين بها، كما يمكن أن تصيب الاقتصاد برمته فيكون تأثيرها في البلد ومواطنيه واسع النطاق كالتي تصيب سعر الفائدة والعملة المحلية. (رحيم، 2016، ص65)

د- **الشائعات العسكرية أو الأمنية:** وهي الشائعات التي تستخدم في المجالات العسكرية أو الأمنية أو الإرهابية مثل تحطيم معنويات القوات المسلحة العسكرية وتقلل عزائمهم وإيمانهم في الدفاع عن

أرض الوطن والقضايا الوطنية والتقليل من أهميتها وقدرتها في القيام بواجباتها كما ينبغي وصولاً لتعميق الفرقة بين أفرادها من جهة وبين الحكومة من جهة أخرى وباتجاهات ومحاور متعددة. (حسن، 2016، ص286)

هـ - **الشائعات العلمية:** وهي الشائعات المرتبطة بالاكتشافات والابتكارات العلمية المختلفة والأمور الثقافية المتنوعة ، وتخوفاً من تلك الشائعات فقد قام (مكتب الإعلام الحربي الأمريكي) بإحاطة التجارب الذرية بالسرية التامة، وكما يشتمل هذا النوع من الشائعات على الأمور المتعلقة بمسيرة الجامعات والكليات والمعاهد ومراكز الأبحاث المتخصصة. (جابر، 1983، ص42) .

أسباب انتشار الشائعات:

يوجد لظاهرة انتشار الشائعات أسباب عديدة أهمها:

1. الحروب ومخلفاتها السلبية على المجتمعات، وتوسع دائرة الإرهاب، وكثرة الأحداث الأمنية وعدم استقرار الأوضاع يساعد على نشر الشائعات. (الكايد، 2009، ص59)
2. عدم استقرار الأوضاع وأجواء الترقب والتوقع، يمكن أن تهيئ بيئة ملائمة لانتشار الشائعة في المجتمع. (حربي، 2013، ص83)
3. غياب الصراحة والشفافية والحوار بين الحاكم والمحكومين، وهذه تنطبق على أنظمة الحكم الاستبدادية وتساعد على انتشار الشائعة بسرعة في هذه المجتمعات لخوف الناس وجهلهم وانعدام الرابطة بينهم وبين الحاكم. (الدليمي، 2015، ص182)

4. انعدام الأخبار والمعلومات وكون الناس غالباً يميلون إلى تصديق كل ما يقال، وعدم التثبت والتأكد من صحة المعلومات بل في كثير من الأحيان عندما تتور موجة شائعة فالعبارة التي يرددونها في الحال أنه لا يوجد دخان بلا نار . (حجاب،2007، ص76)

شبكات التواصل الاجتماعي

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

انتشرت في الفترة الأخيرة شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت وتمتعت بانتشار واسع على مستوى العالم، بل وقد بات بعضها من أكثر المواقع الإلكترونية زيارة في العالم، حتى إنها بدأت تغطي على ما كان يعرف في علم الاجتماع بـ(المكان الثالث) أي المكان الذي يلجأ الفرد إليه بعد المكان الأول وهو البيت والمكان الثاني وهو العمل أو المدرسة أو الجامعة، ولقد أصبح واضحاً أن المكان الثالث أصبح مكاناً إلكترونياً بامتياز .(علوان، 2015، ص289)

ولقد تعددت المفاهيم التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي ولم تستقر على مفهوم واحد، وهنا نرى أن السبب يعود إلى حداثة هذه الشبكات، وأن العلماء والدارسين يحاولون تعريفها كل حسب وجهة نظره.

ويعرفها (القندلجي،2013، ص337) بأنها عبارة عن "مصطلحات تشير إلى استخدام تكنولوجيايات شبكة الإنترنت، عبر الحاسوب والهاتف المحمول، لتشغيل واستثمار الاتصالات في

حوار تفاعلي، من خلال مجموعة من التطبيقات المرتبطة بشبكة الويب والإنترنت، والتي تستند إلى أسس فكرية وتكنولوجية، تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينتجه المستخدم".

كما يعرفها (اللبان، 2011، ص86) بأنها: "خدمات توفرها شبكة الإنترنت تتيح للأفراد إنشاء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة ضمن نظام موحد، ويمكنهم من إنشاء قائمة للأشخاص الذين يرغبون في مشاركتهم الاتصال ومشاهدة قوائمهم أيضاً للأشخاص الذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يضعها الأشخاص الآخرون داخل النظام".

وجاء تعريف شبكات التواصل الاجتماعي في قاموس (ODLIS) بأنها: "خدمات إلكترونية تمكن المستخدمين من إنشاء ملفات شخصية لهم، تمكنهم من خلالها التواصل مع الآخرين". (الحمداني، 2014، ص136)

كما يمكن تعريف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها "مجموعة هويات اجتماعية يقوم بإنشائها أفراد أو منظمات تكون لهم روابط نتيجة للتفاعل الاجتماعي، وتتمثل بشكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، وهي تنشأ لأجل تفعيل وتوسيع العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة"، كما يطلق على الشبكات الاجتماعية الرقمية تسميات عدة منها: "الويب 2.0، الشبكات الرقمية الاجتماعية، الشبكات الاجتماعية، وسائل الإعلام الاجتماعية، مواقع الشبكات الاجتماعية"، فالشبكة الاجتماعية هي بنية اجتماعية ديناميكية مشكلة من قمم وأطراف، فالقمم تشير إلى أشخاص أو منظمات، وهي مرتبطة بعضها ببعض بتفاعلات اجتماعية، وبعد تشكل الجماعة الإلكترونية عبر الإنترنت، تقوم بالبحث عن بعضها البعض من خلال فضاءات خاصة بهم. (الدبيسي والطاهات، 2013، ص69-70)

ومن خلال التعريفات السابقة لشبكات التواصل الاجتماعي يجد الباحث بأنها عبارة عن: "مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت توفر لمستخدميها فرصة التواصل الكتابي والصوتي والمرئي وتبادل المعلومات والآراء والأفكار، كما إنها تتيح تكوين مجموعات وصدقات مبنية على اهتمامات مشتركة بين أعضائها مثل (المهنة، العمل، الجامعة، المدينة)".

مراحل تطور شبكات التواصل الاجتماعي:

ظهرت في أواخر التسعينيات مجموعة من الشبكات الاجتماعية مثل (Classmates.com) عام 1995 لغرض الربط بين مجموعة من الأصدقاء، وقامت شبكة (SixDegrees) عام 1997 بالتركيز على الروابط المباشرة بين مجموعة من الأشخاص، وبدأت تلك الشبكات تمكن مستخدميها من إنشاء ملفات شخصية وتوفر لهم خدمات معينة كخدمة إرسال الرسائل الخاصة لعدد من الأصدقاء، ورغم إن تلك الشبكات كانت تشبه إلى حد كبير ما توفره الشبكات الاجتماعية الحالية غير إن تلك الشبكات لم تحقق أرباحاً لمالكيها مما دفعهم لإغلاقها، ثم ظهرت بعد ذلك مجموعة من الشبكات الاجتماعية والتي لم تستطع كذلك أن تحقق نجاحاً كبيراً بين الأعوام (1999_2001). (الرشيد، 2013، ص 29)

وفي بداية عام (2005) ظهرت شبكة (ماي سبيس) الأميركية الشهيرة وبدأت مشاهداتها تفوق عدد مشاهدات موقع (جوجل) وبدأت تعتبر من أهم وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم بالإضافة إلى منافستها الشهيرة شبكة الفيسبوك والذي أخذت كذلك بالانتشار عام (2004) مع شبكة (ماي سبيس) حتى أتاحت شبكة الفيسبوك عام (2007) للمطورين إنشاء التطبيقات،

مما كان له من أثر كبير في زيادة أعداد مستخدمي الشبكة بشكل كبير. (زوانه، 2015، ص25_26)

ويرى الباحث إن ظهور ونشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي جاء نتاجاً تراكمياً لتطورات الثورة الاتصالية في العالم، بمعنى إن ظهور هذه الشبكات الاجتماعية في العالم جاء مكمل لوسائل الاتصال التقليدية، ولم تظهر بطريقة فجائية.

مميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة مميزات منها ما يلي: (الحمداني، 2014، ص14)

1. **العالمية:** حيث ألغت الشبكات الاجتماعية الحواجز المكانية والجغرافية، وتحطمت من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، ببساطة وسهولة.
2. **التفاعلية:** فالمستخدم يكون فيها متلقي وقارئ، فهو يرسل ويكتب ويشارك، فهي قد ساعدت على إيجاد التفاعلية التي لا توجد في الإعلام التقليدي، وأعطت فرصة للمشاركة الفاعلة للمشاهد والقارئ.
3. **التنوع وتعدد الاستعمالات:** حيث دخلت هذه الشبكات الاجتماعية في كل مجالات الحياة، واستخدمت في التعليم والسياسة والإعلام والاقتصاد.
4. **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية وهي تستخدم (بالإضافة للحروف وبساطة اللغة) الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل، كما إنها لا تحتاج إلى إجراءات معقدة للاشتراك.

5. التوفير والاقتصادية: الشبكات الاجتماعية توفر الوقت والمال كون التسجيل والاشتراك فيها بالمجان.

أنواعُ شبكات التواصل الاجتماعي:

تنقسم شبكات التواصل الاجتماعي حسب الاهتمام والاستخدام إلى أنواع رئيسية ثلاث، وهي: (القيسي، 2014، ص72)

1. شبكاتُ شخصية: وهي عبارة عن شبكات لأشخاص محددين وأفراد ومجموعات يتمكنون من خلالها من التعارف وتكوين صداقات فيما بينهم مثل شبكة (Facebook).

2. شبكاتُ ثقافية: وهي شبكات متخصصة بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم أو اختصاص مشترك مثل (Library thing).

3. شبكاتُ مهنية: تجمع الأفراد المتشابهون في المهن وتقوم كذلك بخلق بيئة تدريبية وتعليمية فاعلة بينهم مثل (Linked in).

نماذج لشبكات التواصل الاجتماعي:

نستعرض هنا بعض نماذج من شبكات التواصل الاجتماعي منها:

أ- شبكة الفيسبوك (Facebook):

وهي شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديرها شركة فيسبوك محدودة المسؤولية، فيمكن للمستخدمين الانضمام إلى صفحات جهة العمل أو المدرسة أو المدينة وذلك بهدف الاتصال مع الآخرين والتفاعل معهم، ويمكن للمستخدمين كذلك إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير أسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم. (شمال، 2015، ص 128_129)

وقد بدأ الفيسبوك في عام (2003) كفكرة بسيطة لأحد طلبة جامعة هارفارد (مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg) الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم، لقد كانت فكرة مارك بإنشاء موقع إنترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة جامعة هارفارد في شكل شبكة تعارف بهدف تعزيز التواصل بين الطلبة والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج. (إمام، 2015، ص 66)

وكان أول انطلاق للشبكة في 4 فبراير (2004) في جامعة هارفارد، إلا إنه حتى تلك المرحلة كان الاشتراك بشبكة (الفيسبوك) لا زال غير متاح أمام الجماهير التي تستخدم الإنترنت، لكنه وفي 26 سبتمبر من عام (2006) فتحت الشبكة أبوابها أمام جميع الأفراد البالغين من

العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح. (جرار، 2012، ص53).

ب- شبكة اليوتيوب (YouTube):

نشأت فكرة تأسيس (YouTube) عندما كان ثلاثة أصدقاء في حفلة، والتقطوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم، ولم يستطيعوا إرسالها عبر البريد الإلكتروني، لأن تلك الخدمة لم تتح للمستخدمين إرسال الملفات ذات الحجم الكبير، وهنا بدأت فكرة إنشاء موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الإنترنت، وتعتمد فكرة الموقع الذي تأسس في عام (2005) على إمكانية إتاحة خدمة تبادل الفيديو التي تسمح للمستخدمين بتحميل الملفات المتوفرة على الإنترنت، سواء أكانت إعلامية أم للتسلية أم شخصية، ويستطيع أي شخص في الوقت نفسه أن ينشر ما يريد باستثناء المحتوى المسيء أو غير القانوني، إضافة إلى خدمة النشر التي توفرها الشبكة فإنه يسمح للمستخدم بإعادة نشر ما نشره الأصدقاء، والبحث عن المحتوى حسب الكلمة أو الفئة ويرتبط اليوتيوب بعدة مواقع وتطبيقات. (الرعود، 2012، ص44)

وهناك قواعد ملزمة للنشر تعتمد على شبكة اليوتيوب، فهي لا تسمح بوضع المقاطع الفلمية التي تشجع على الإرهاب والإجرام والأفلام الإباحية، أو تلك التي تشكل إساءةً للديانات والمذاهب والشخصيات، كما تستخدم شبكة اليوتيوب (واحد وخمسون) لغة مختلفة، ومن أهمها (الإنجليزية، العربية، الروسية، الفرنسية، الصينية)، وشبكة (اليوتيوب) متاحة في كافة دول العالم، باستثناء بعض الدول التي قامت بحظر استخدامه. (سلام، 2015، ص113)

ج- شبكة تويتر (Twitter):

وهي شبكة اجتماعية تقدم خدمة تدوين مصغر، والتي تسمح لمستخدميها بإرسال تغريدات Tweets بحد أقصى (140) حرف للرسالة، وذلك عن طريق الشبكة أو عن طريق الرسائل النصية القصيرة أو برامج المحادثات الفورية، وتظهر تلك التغريدات في صفحة المستخدم، ويمكن قراءتها في صفحته الرئيسية أو من الملف الشخصي للمستخدم، ويمكن استقبال الردود والتغريدات بالبريد الإلكتروني، وخدمة RSS عن طريق الرسائل النصية القصيرة SMS، وأصبحت شبكة متوفرة باللغة العربية منذ آذار/مارس 2012. (منصر، 2015، ص283)

ومنذ إطلاق شبكة (تويتر Twitter) في الخامس عشر من يوليو/ تموز عام (2006) وهي تستخدم كمُنبر للتواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات بين الأفراد، إلى أن جاء عام (2008) ليشهد بعض التطور في الاستخدام حين قام المسؤولون الإعلاميون عن حملات الرئيس باراك أوباما باستغلال شبكة التواصل الاجتماعي (تويتر) وتوظيفها في خدمة ترويج البرنامج السياسي له كمرشح في ذلك الوقت بالإضافة إلى مواصلة نشر أخباره بشكل دوري. (الدليمي وسلطان، 2016، ص132)

تأثيراتُ شبكات التواصل الاجتماعي:

أصبحت لشبكات التواصل الاجتماعي في ظل التطور التقني الحديث تأثيرات سلبية واضحة على حياة الأفراد في المجتمع في كافة ميادين الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأمنية، ومن تلك الآثار ما يلي:

أ- **التفكك الاجتماعي:** فقد أصبح الوقت الذي يقضيه مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي خصماً من فترات التفاعل الاجتماعي المباشر مع الأسرة والمجتمع والأصدقاء، وكذلك ممارسة واجبات المسؤولية الاجتماعية تجاه الآخرين، ومن ثم تحدث المفارقة الاجتماعية الكبرى، حيث التقارب بين المتباعدين وإبعاد المتقاربين. (السويدي، 2013، ص 68)

ب- **نشر الأفكار المتطرفة:** أدى الفضاء الواسع والحرية غير المحدودة وغير المؤطرة بالقوانين التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي إلى نشر الأفكار والمعلومات المتطرفة والتي تهدد الأمن الفكري للأشخاص، فضلاً عن استغلال الجامعات الإرهابية والتنظيمات المتشددة لهذه الشبكات في نشر أفكارهم وأفعالهم الإجرامية من قتل وتعذيب الأشخاص، إذ تحتوي شبكات التواصل الاجتماعي على العديد من الصور ومقاطع الفيديو التي تظهر فيها القتل والتعذيب الذي تمارسه المجموعات الإرهابية، فضلاً عن العمل على تجنيد الأشخاص وتعليمهم فنون القتل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بينما لا يمكنهم نشرها أو بثها عن طريق وسائل الاتصال التقليدية. (التميمي، 2015، ص 82)

ج- **انعدام الخصوصية وانتحال الشخصيات:** هناك من المستخدمين من ينتحل شخصيات مشاهير وفنانين أو حتى أشخاص عاديين ونشر معلومات مضللة لتشويه السمعة أو الابتزاز، وتواجه أغلب الشبكات الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما خلق الكثير من الأضرار المادية والنفسية. (حسين، 2015، ص 50)

دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات:

زاد انتشار الشائعة وسرعة تداولها بين أفراد المجتمع وخاصة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أدى إلى تغير بنية الشائعة وطريقة انتشارها في المجتمع، وذلك بسبب اختلاف طبيعة وخصائص البيئة الحاضنة لتلك الشائعات، فقد سمحت الشبكات الاجتماعية لانتشار الشائعات التي ربما تؤدي إلى تهديد السلم الاجتماعي وتثير البلبلة والفتن في المجتمع.

وقد كان من المتوقع أن تقل الشائعات تدريجياً من الناحية النظرية وذلك مع تطور وانتشار وسائل الاتصال بشكل كبير، إذ لم يبق هناك الكثير من الأشياء المخفية، إلا أن الشائعات في الواقع بدأت تتزايد وباستمرار، بل وأصبحت تستفيد من وسائل الاتصال التقليدية والإلكترونية في نفس الوقت، ويبدو أن هذا عائد إلى أحد عاملين أو كليهما: (العززي، 2016، ص 37)

الأول: زيادة ميل بعض المواقع المهمة إلى تحريف بعض الحقائق أو حتى إخفاء جزء منها، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الضبابية والغموض، بالإضافة إلى ضعف المصدقية في الأخبار المعلنة والتصريحات الرسمية وتناقض بعضها مع الواقع.

الثاني: الرغبة الكبيرة لدى الناس في معرفة الكثير من الأحداث المجهولة لديهم.

ويعد نشر الشائعات من أشد مخاطر إساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، لأن الشبكات تسهم في انتشار الشائعة وتضخيمها بشكل مبالغ فيه في فترة قصيرة لا تستغرق ساعات. (السديري، 2014، ص 29)

وفي ظل شبكات التواصل الاجتماعي التي أوجدت مجتمعات افتراضية ذابت خلالها الحدود الجغرافية والقيود الاجتماعية فإن أي شخص يستلم رسالة إلكترونية أو منشور على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي تحتوي على شائعة، فإنه عندما يرسلها أو يشاركها مع أصدقائه، فإن الشائعة تحتفظ بهيكليتها وجاذبيتها مدة أطول.

كما إن الشائعة على شبكات التواصل الاجتماعي تنتقى مادتها وأدواتها من مصادر أثري بكثير من حيث المحتوى عكس الشائعة التقليدية، والشائعة على الشبكات الاجتماعية تعبر عن محتواها بالنص المكتوب والمنطوق والصوت والرسوم المتحركة والفيديو أحياناً. (حربي، 2013، ص114)

كما يوجد مجموعة عوامل يمكن أن تسهم في انتشار الشائعات عبر هذه الشبكات، ومن بين هذه العوامل كثرة وجود هذه الشبكات، وسرعة انتقال المعلومات بين المستخدمين سواء أكانت صحيحة أم غير صحيحة، وعدم وجود رقابة فاعلة وقوانين تجرم نقل الأخبار غير الصحيحة عبر هذه الشبكات، وصعوبة التعرف على شخصية مطلق الشائعات على وجه التحديد، إذ أن انتشار الشائعات من أشد وأخطر سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي لا سيما في أوقات الأزمات الأمنية أو السياسية أو الاقتصادية وفي ظل غياب دور وسائل الإعلام الأخرى في تغطية تلك الأزمات ورغبة الجمهور في معرفة التفاصيل والتطورات التي تحدث باستمرار. (الكرناف، 2014، ص75)

وقد استغل تنظيم (داعش) الإرهابي شبكات التواصل الاجتماعي منذ اللحظات الأولى لسقوط مدينة الموصل عام (2014) عن طريق نشر الشائعات في شبكة (تويتر) والتي عمل

من خلالها على أضعاف الروح المعنوية للقوات العسكرية العراقية وبث التفرقة والفتنة بين أبناء المجتمع العراقي . (حسن،2016، ص300)

ثانياً: الدراسات السابقة:

- دراسة Kimmel and Keefer (2000) الارتباط النفسي بين قبول الشائعات عن الإيدز وانتقال المرض.

هدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين كثرة الشائعات عن مرض الإيدز وسعة انتشار هذا المرض، واستخدمت النظرية المعرفية العاطفية وبعض النظريات النفسية التي استنبطت منها إطاراً نظرياً لتفسير السلوك الذي يحكم انتشار الشائعات حول انتشار مرض الإيدز، واعتمدت المنهج الوصفي المسحي، فقد تم تصميم مقياس وسؤال للمشاركين في البحث عن شائعة انتشار المرض في أستراليا وكيف كان سلوك الذين تعرضوا لها حينذاك.

وتوصلت الدراسة إلى أن خطورة المرض وسرعة انتشاره أدى إلى سرعة نشر الشائعة بين الجماهير عن طريق شبكة الإنترنت كما أكدت الدراسة في مخرجاتها على صحة نظرية لازورس المعرفية العاطفية في تطبيقها على هذه العينة، وإن الخلفية المعرفية هي التي تحدد ما إن كان سلوك الفرد تجاه الشائعة سيكون الرفض أو التصديق، حيث تولد الأفكار وعواطف ومشاعر تجاه الحدث والعواطف بالتالي تؤثر في السلوك والاتجاه.

- دراسة Kelley (2004): الشائعات في العراق دليلُ الفوز بالقلوب والعقول.

هدفت الدراسة إلى رصد الشائعات البارزة في العراق بعد حوالي عام من الاحتلال الأمريكي، وتم اعتماد المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون، وقد قام الباحث بتحليل للشائعات المنتشرة في العراق معتمداً على البيانات الثانوية المستمدة من المسوح التي أجراها معهد (جالوب)، وشبكة (سي إن إن الإخبارية)، وصحيفة (يو أس إيه توداي)، فقد استخدمت الدراسة اثنتين من الأنماط لتحليل محتوى (966) شائعة منتشرة في بغداد لفترة استمرت عشرة أشهر، فقد تم تحليل الشائعات وفقاً لتصنيف الدوافع: (الخوف، والقلق، والعداء، والرغبة)، أما التصنيف الآخر فكان وفقاً للميادين (السياسية، الأمنية، العسكرية، الاجتماعية).

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن الشائعات السياسية هي الأبرز بين الشائعات التي سادت المجتمع العراقي وتعلقت معظمها بشرعية الحكومة العراقية الجديدة، كما توصل التحليل إلى وجود شائعات بارزة أخرى تتعلق بالأمن والإرهاب، ومساوئ القوات الأمريكية.

- دراسة مصطفى (2007): استخدام تكنولوجيا الاتصال في انتشار الشائعات "دراسة حالة

على مستخدمي الإنترنت والهاتف السيار بكلية دراسات الحاسبات الآلية كمبيوتر مان".

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تكنولوجيا الاتصال وتأثيرها على نشر الشائعات من خلال التعرف إلى اهتمامات مستخدمي الإنترنت والهاتف النقال، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي عبر المسح، ودراسة الحالة واستخدام أداة الاستبانة في جمع المعلومات، وكانت العينة عبارة عن (100) مبحوثاً.

وأظهرت النتائج أن ما نسبته (75%) من المبحوثين يحصلون على أخبار بعضها كاذبة، وتوصلت الدراسة إلى أن التطور التكنولوجي أدى إلى انتشار الشائعات، وقد وجدت الدراسة أن التنوير بالحقائق هو أمثل الطرق للحد من الشائعات، وكشفت الدراسة أن الشائعة واسعة الانتشار في المجتمع السوداني وأكثر الشائعات رواجاً هي الشائعة الاجتماعية.

- دراسة أحمد (2008): الإشاعة لدى طلبة الجامعة 'دراسة اجتماعية لمضمون الإشاعات المنتشرة لدى طلبة جامعة دمشق.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة عوامل ظهور الشائعات وانتشارها في قطاع التعليم والموضوعات التي تركزت حولها الشائعات وما الدوافع التي وقفت خلفها، واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث وصفت الظاهرة، وتم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام ثلاث طرق وهي الطريقة شبه التجريبية وطريقة المسح الاجتماعي، وطريقة تحليل مضمون الشائعات وفق الموضوعات التي تناولتها ، وتم تحليلها وفق الدوافع الكامنة خلفها، ووفق هذه المنهجية تم التوجه إلى ثلاث عينات وفق كل طريقة، واختيرت العينة الأولى، وبلغ عددها (135) طالباً وطالبة، بهدف إجراء تجربة حول تغير بنية الشائعة عند انتقالها من شخص لآخر، ثم دراسة حركتها وسرعة سريانها، في حين اختيرت العينة الثانية وعددها (500) طالب وطالبة، لتمثل طلبة الجامعة حسب الاختصاصات.

وأظهرت نتائج الدراسة العامة سرعة انتشار الشائعات في الأوساط المتجانسة كالوسط الطلابي، كما أظهرت تغير بنية الشائعة عند انتقالها من شخص لآخر بسبب الإضافات التي طرأت عليها، فزادت معناها أو غيرته كلياً في بعض الأحيان.

- دراسة خلف (2009):اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الشائعة وأثرها على التنمية السياسية في الضفة الغربية وقطاع غزة (حركتا فتح وحماس إنموذجاً).

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن شكل واتجاه وطبيعة العلاقة بين الشائعة في الصحافة الحزبية الفلسطينية والاستقرار السياسي، واعتمدت على المنهج المقارن وأداة تحليل المضمون والمقابلة، وقسمت العينة في هذه الدراسة إلى قسمين: العينة الزمنية وعينة المصدر حيث كانت العينة الزمنية رسداً لأحداث فترة كان للصحافة الحزبية دور فاعل ومؤثر، وأخذت الدراسة صحيفة الكرامة والرسالة إنموذجاً في الفترة 1/1/ 2007 حتى 30/5/2007 والأعداد الصادرة خلال الفترة المذكورة هي (22) عدداً، أما عينة المصدر فقد قامت الدراسة بتحليل وقراءة ونقد ثلاث قضايا كان للصحافة دور فاعل ومؤثر فيها.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها إن الشائعة في الصحافة الحزبية هي أحد أهم العوامل المؤثرة سلباً على حالة الاستقرار السياسي حيث تساعد الشائعة في الصحف الحزبية الفلسطينية على تفكيك المجتمع الفلسطيني، وتخلق البلبلة بين المواطنين، وإنها توتر الأوضاع الداخلية، وتنتج ثقافة عدائية تحول دون الحوار الوطني الفلسطيني، كون كل طرف يستخدمها لإضعاف الطرف الآخر وتشويه صورته حيث كثر اعتماد هذه الصحف على المعلومات والمعطيات المضللة والشائعات.

- دراسة رجب (2011): الإشاعة وتأثيرها في المجتمع (دراسة ميدانية في مدينة الموصل)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أنواع الشائعات المنتشرة في مدينة الموصل وأهم خصائص الشائعة ومعرفة أهم سلبياتها وبيان تأثيراتها على المجتمع العراقي، واستخدمت الدراسة المنهج

الوصفي وأداة الدراسة (الاستبانة) وتم اختيار العينة العشوائية البسيطة بعدد (100) فرد من مجتمع الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن الشائعة لها تأثير واضح على المجتمع والأفراد، وأنها تؤدي إلى خلل في البناء الاجتماعي لأي مجتمع، وتوصلت إلى أن سبب انتشار الشائعة في المجتمع العراقي هو الاحتلال الأمريكي الذي زرع الفتن بين الأفراد وزاد من توتر الوضع السياسي والاجتماعي والعسكري، وتبين أن من خصائص الشائعة سرعة نشر المعلومات وسهولة انطلاقها في المجتمع، ولكن من الصعوبة أن تتوقف.

- دراسة Bai (2012): استكشاف حركة الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي في الصين.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الشائعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على الحياة اليومية للمواطن الصيني، من خلال دراسة وتحليل مواقع التواصل الاجتماعي الواسعة الانتشار في الصين وأهمها موقع (Sina microblog) وموقع (Guanxi).

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة تحليل المضمون، حيث تم تحليل الشائعات المنتشرة في وسائل التواصل الاجتماعي، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج منها إن وسائل التواصل الاجتماعي السائدة في الصين قد عمقت ووسعت تأثير الشائعة التي تنتشر عن طريق شبكة الإنترنت لتصل إلى الأشخاص غير المستخدمين لشبكة الإنترنت وإنها لعبت دوراً مهماً في عملية نشر الشائعات في الصين، ولكن في الوقت ذاته وجدت الدراسة بأن جو الانفتاح والحرية التي تتميز بها شبكة الإنترنت هو عامل رئيسي في القضاء على الشائعة التي تنتشر عن طريق الشبكة ذاتها.

- دراسة الرشيدى (2012): درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة حائل لمواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة حائل لمواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت أداة الاستبانة لمعرفة درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (156) عضو تدريس في جامعة حائل.

وتوصلت الدراسة إلى أن درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة حائل لمواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية ككل كان بدرجة متوسطة، وجاء مجال البحث العلمي وتبادل المعلومات والأفكار في المرتبة الأولى، وبدرجة متوسطة، بينما جاء مجال تصميم المادة التعليمية وطرائق التدريس في المرتبة الأخيرة.

- دراسة السديري (2014): توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، وتكون مجتمع الدراسة من موظفي دوائر العلاقات العامة ببعض مديريات وزارة الداخلية وعددهم الإجمالي (129) فرداً، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

وأهم ما توصلت إليه الدراسة إن الوقائع التي تشير إلى توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات جاءت بدرجة مرتفعة جداً، وكذلك توصلت النتائج إلى

أن المعوقات التي تحد من توظيف شبكات التواصل الاجتماعي هي تلهف مستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في معرفة أي خبر مثير، وسهولة تأثر بعض مستخدمي الشبكات بما ينشر من شائعات، وضعف الأنظمة واللوائح العقابية المطبقة ضد مروجي الشائعات.

- دراسة الكرناف (2014): تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية (تويتر إنموذجاً).

هدفت الدراسة للتعرف إلى طبيعة الشائعات الإلكترونية وكيفية مكافحتها، ومعرفة الآثار الاجتماعية والاقتصادية والنفسية لها، ووضع تصور استراتيجي لمكافحتها على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف حماية المجتمع السعودي، وتشكل مجتمع الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتمثلت العينة في مجموعة من المختصين في الأجهزة الأمنية والمؤسسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي وأداة الاستبانة والمقابلة لجمع البيانات والمعلومات من الميدان.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الشائعة تساعد على نشر الخصومة والبغضاء بين أفراد المجتمع، ومن الآثار الاجتماعية للشائعات إيصال المجتمع إلى ذروة الاهتزاز، وإن المجتمع المتمتع بالشفافية والصراحة يستطيع مواجهة الشائعة دون عناء لأن الحقائق تقتل الشائعة في مهدها، وتوصلت إلى أن موقع تويتر ذو صلة أساسية بترويج الشائعات، وتوصلت أيضاً إلى أن انتشار الشائعات على موقع تويتر أكثر سرعة منها على مواقع التواصل الأخرى.

- دراسة عيساني (2015): دور الإنترنت وتطبيقاتها في نشر الشائعات.

هدفت الدراسة إلى معرفة كيف تروج شبكة الإنترنت للشائعة وما أكثر تطبيقات الإنترنت ترويجاً للشائعة وما السبل العلمية للحد من هذه الظاهرة السلبية، عن طريق عملية تقصي وقراءة

التراث النظري المتاح في هذا المجال والاستدلال على ذلك بالأرقام والإحصاءات المؤشرة على استخدامات شبكة الإنترنت وتطبيقاتها خلال السنوات الأخيرة، وخصائص كل هذه الأدوات في مجال جمع ومعالجة ونشر المعلومات، واعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها هي تعد الشائعة إحدى العمليات النفسية التي تستهدف التأثير المباشر على عقول الناس في مختلف المجتمعات لتوجيه معتقداتهم وسلوكياتهم وإدراكاتهم، وأكدت الدراسة إن الشائعات ازدادت من خلال شبكة الإنترنت خاصة لكونها تقوم على معلومة مخفية المصدر تتميز بالغموض والجاذبية والإثارة لاهتمامات الناس والجماعات، وكذلك قد تؤدي الشائعات بعض الوظائف الإيجابية للبناء الاجتماعي إلا أن أثارها السلبية تطغى على الإيجابيات.

- دراسةُ علي (2015): اتجاهات طلبة الاتصال حول دور القنوات الفضائية المحلية في الحد من انتشار الشائعات "دراسة استكشافية في جامعة الشارقة".

هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات الشباب الإماراتي وتصوراتهم لمدى فعالية القنوات الفضائية في التأثير على الجمهور العام، فضلا عن رصد وقياس اتجاهاتهم إزاء جدوى وأهمية تجربة القنوات الفضائية في تطوير أداء النظام الإعلامي في الإمارات والحد من انتشار ظاهرة الشائعات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي.

وأوضحت النتائج أن الشائعات لها آثار نفسية وحسية بالغة فبمقدورها القضاء على مجتمعات كاملة في وقت أنها لم تواجه من قبل الأطراف الواعية، وتزداد خطورتها إذا كانت

هناك جهة تزيد من نشرها في المجتمع وذلك لبث الفرقة، والسيطرة على عقول أفراد المجتمع وتغيير السلوكيات وتعاطي الأفراد مع أمور معينة، قد يصعب إبطالها أحياناً لتقشيتها في المجتمع.

- دراسة الفتلاوي والتميمي (2015): دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات (دراسة مسحية على أساتذة جامعة كربلاء من 2015/8/1 إلى 2015/9/1):

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة ترتيب أولويات قضايا الإصلاح السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى أساتذة الجامعات والتعرف إلى نوع الأنشطة والمشاركات السياسية والاقتصادية التي يتابعها أساتذة الجامعات، ودور مواقع التواصل الاجتماعي في إكسابهم ثقافة الإصلاح السياسي والوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبانة ، وأوضحت نتائج الدراسة أن أساتذة الجامعات يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مرتفعة، وبينت النتائج إن القضايا السياسية تأتي في مقدمة القضايا التي أعطيت أولوية في المتابعة، ومن بين المواضيع التي حظيت بمتابعة واهتمام أساتذة الجامعات هي قضايا الإصلاحات السياسية في العراق التي تبنتها الحكومة العراقية.

- دراسة احميل (2015): الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الإخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين.

تهدف الدراسة إلى معرفة الشائعات ومدى تأثيرها في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، ومعرفة مدى إدراك الصحفيين لمفهوم الشائعات وأهدافها وأخطارها، ومدى اعتمادهم وتعاملهم معها من خلال عملية نشر الأخبار في المواقع الإخبارية الأردنية والتي أضحت اليوم حافلة بالكثير من الشائعات.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأداة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير للشائعات في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين من خلال درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الأخبار، وقد بينت الدراسة وجود تأثير للشائعات من خلال درجة إدراكهم لمفهوم الشائعات من حيث المفهوم والأهداف والأخطار، كذلك وجود تأثير من خلال درجة تعاملهم مع الشائعات في الأخبار.

- دراسة السبيعي (2016): دور الإعلام الأمني في التصدي للشائعات " دراسة ميدانية على شرطة الرياض".

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الإعلام الأمني في التصدي للشائعات والتعرف على الأساليب المناسبة للإعلام الأمني في التصدي لخطر الشائعات، والتعرف إلى المعوقات التي تحد من دور الإعلام الأمني في الوقاية من خطر الشائعات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبانة، وتكون مجتمع الدراسة من الأفراد العاملين بشرطة الرياض، ومن نتائج الدراسة أن

أفراد مجتمع الدراسة موافقون بشدة على الأساليب المناسبة التي يستخدمها الإعلام للتصدي للشائعات.

وتبين من النتائج إن أبرز هذه الأساليب الرقابة على شبكة الإنترنت لاعتماد أصحاب الفكر المتطرف عليها، وأوضحت النتائج أن المعوقات التي تواجه الإعلام الأمني في التصدي للشائعات هي انخفاض الوعي بين أفراد المجتمع، وعدم وجود حساب تفاعلي على شبكة الإنترنت، وأكدت الدراسة على جهود الإعلام الأمني في توظيف المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي للتحذير من الشائعات والرد على الأخبار المتعلقة بالشائعات بكل شفافية لتجنب تداولها.

- دراسة العززي (2016): الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي "المخاطر وسبل المواجهة"

هدفت الدراسة بشكل رئيس للتعرف إلى واقع الشائعة في شبكات التواصل الاجتماعي، والمخاطر المترتبة من نشرها وتداولها على المجتمع وكيفية مواجهتها، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي.

وقد توصلت الدراسة لنتائج منها ضرورة مواجهة مخاطر الشائعة في شبكات التواصل الاجتماعي من خلال وضع سياسة استراتيجية للرد وقت الأزمة، وثقافة المسؤولية الإعلامية للجمهور والجمهور المشارك، وإن تلتزم الجهات الحكومية ووسائل الإعلام بالوضوح والشفافية، وإن توضح الدولة الأخبار الحسنة والسيئة بتفاصيلها، وتوصلت إلى إن محاربة الشائعات يتطلب الرد عليها ومحاصرتها ثم القضاء عليها بنشر الحقائق في الأوقات المناسبة.

- دراسةُ رحيم (2016): توظيفُ الشائعات في نشرات الأخبار التلفزيونية "دراسة تحليلية

لنشرات أخبار قناتي التغيير والغربية".

هدف هذه الدراسة هو التأكد من توظيف الشائعات في نشرات الأخبار التلفزيونية لقناتي التغيير والغربية، والتقصي عن الكيفية التي توظف فيها والإسناد الخبري لها والأساليب التي يتم ترويج الشائعات عبرها، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أداة تحليل المضمون وتمثل مجتمع الدراسة في النشرات الإخبارية لقناتي التغيير والغربية للفترة من 2014/6/1 إلى 2014/8/31 وهي الفترة الزمنية التي شهدت سقوط مدينة الموصل وعدد من المدن العراقية بيد تنظيم (داعش) الإرهابي.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود توظيف للشائعات في النشرات الإخبارية للقناتين وغالبيتها تتعلق بالموضوعات الأمنية والعسكرية، وإن غالبية الشائعات الموظفة يتم إسناد معلوماتها بمصادر مجهولة أو غامضة ولم يتم توضيحها، ومن نتائج الدراسة أيضاً إن أغلب الشائعات الموظفة في الأخبار يتم استخدام مادة مرئية متحركة مع النص الموظف فيها، ويأتي توظيف معظم الشائعات في نشرات أخبار القناتين في الخبر الخامس أو أكثر والتركيز في توظيف معظم الشائعات في المدة الزمنية (30ث-1 دقيقة) لنشرات أخبار القناتين.

- دراسة Li (2016): تحليل نشر شائعات شبكة الإنترنت وآليات المراقبة على وسائل التواصل الاجتماعي الصينية موقع (سيناويبو Sina Weibo) إنموذجاً.

هدفت هذه الدراسة إلى التحري عن موضوع نشر الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي الصيني (سيناويبو Sina Weibo) ومعرفة العلاقة بين نشر الشائعات ونظام دحض الشائعات المستخدم في (سيناويبو) ومعرفة سياسة الرقابة التي تتبعها الحكومة الصينية في السيطرة على نشر الشائعات.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها إنه يمكن الكشف عن ظهور (منشور - Post) مشتبه به وتحليل وحساب احتمالية كونه شائعة ثم تضاف النتيجة وتعرض مع بقية المنشورات المشتبه بها على نظام رسمي لدحض الشائعات ليقرر فيما إذا كان ذلك المنشور يشكل شائعة أم لا، وبذلك يمكن للخوارزميات (الحلول الحسابية) الموضوعية للكشف عن الشائعات أن تكون أكثر دقة، ويصبح موضوع الكشف عن الشائعات ودحضها أقل اعتماداً على التدخل البشري وزيادة الاعتماد على النظام نفسه وفي الوقت ذاته تقليل الفترة الزمنية التي تنتشر فيها الشائعة وبالتالي التقليل من تأثيرها، ووجدت الدراسة أن البحث في موضوع الشائعة متنوع جداً ولا يمكن منع ظهور الشائعات، لكن هنالك طرق لكسر سلسلة نشر الشائعات والتقليل من طول أمدتها وتأثيرها في المجتمع .

التعليق على الدراسات السابقة:

يمكن تحديد موقع الدراسة من الدراسات السابقة في ضوء النقاط التالية:

أولاً: موضوع ومجتمع الدراسة:

لقد اتفقت هذه الدراسة مع بعض الدراسات من حيث الموضوع، المتمثل في الشائعات، إذ اتفقت مع دراسة (kimmel,2000) ودراسة (Kelley,2004) ودراسة (مصطفى،2007) ودراسة (أحمد،2008) ودراسة (خلف،2009) ودراسة (رجب،2011) ودراسة (Bai,2012) ودراسة (السديري،2014) ودراسة (الكرناف،2014) ودراسة (عيساني،2015) ودراسة (علي،2015) ودراسة (الكحيل،2015) ودراسة (السيبيعي،2016) ودراسة (العززي،2016) ودراسة (رحيم،2016) ودراسة (Li, 2016) في تناولها لموضوع الشائعات، واختلفت الدراسات المذكورة آنفاً عن الدراسة الحالية من حيث مجتمع الدراسة.

أما دراسة (الرشيدي،2012) ودراسة (الفتلاوي والتميمي،2015) فاتفقت مع هذه الدراسة في مجتمع الدراسة المتمثل في " أعضاء هيئات التدريس في الجامعات" واختلفت معها من حيث الموضوع "الشائعات".

ثانياً: المنهج العلمي للدراسة:

استخدمت الدراسة الحالية المنهج الوصفي وذلك بالاتفاق مع الدراسات السابقة كدراسة (kimmel,2000) ودراسة (Kelley,2004) ودراسة (مصطفى،2007) ودراسة (أحمد،2008) ودراسة (رجب،2011) ودراسة (Bai,2012) ودراسة (السديري،2014) ودراسة (الكرناف،2014)

ودراسة(عيساني،2015) ودراسة(علي،2015) ودراسة (اكحيل،2015) ودراسة (السبيعي،2016) ودراسة (العززي،2016) ودراسة (رحيم،2016) ودراسة (Li,2016).

واختلفت الدراسة الحالية من حيث المنهج مع دراسة (خلف،2008) التي استخدمت المنهج المقارن.

ثالثاً: حدودُ استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في النقاط التالية:

1. اختيار عنوان مناسب للدراسة، حيث تبين حسب علم الباحث عدم وجود دراسة في الموضوع والمجال نفسه، فلم تتناول أي دراسة محلية سابقة في العراق دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات.
2. التعرف إلى أهم المناهج والأساليب العلمية في الدراسات السابقة، واختيار المنهج العلمي والمجتمع والعينة المناسبة للدراسة.
3. التعرف إلى نظريات الاتصال المناسبة لموضوع الدراسة حيث تم اختيار نظريتين (الاعتماد على وسائل الإعلام) ونظرية (الاستخدامات والإشباع) في الدراسة الحالية.
4. الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية للدراسة، وصياغة أسئلة وأهداف الدراسة.
5. الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في مقارنتها مع نتائج هذه الدراسة ومناقشة نتائجها وتفسيرها.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

تمهيد

تم تخصيص هذا الفصل لذكر أهم الطرق والوسائل المستخدمة للوصول إلى مبتغى الباحث في هذه الدراسة، والتي تهتم بشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، ويتضمن هذا الفصل وصفاً لعينة الدراسة وطريقة اختيارها، ومتغيرات الدراسة، وأداتها وصدقها وثباتها، إضافة إلى عرض الإجراءات التي قام الباحث باتباعها لتنفيذ الدراسة، والحصول على البيانات اللازمة، والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل هذه البيانات، وفيما يلي عرض مفصل لأهم الطرق والإجراءات المتخذة في هذه الدراسة:

أ. منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية المسحية، وتهدف البحوث في هذا المنهج إلى وصف واقع المشكلات والظواهر كما هي، أو تحديد الصورة التي يجب أن تكون عليها في ظل معايير محددة، مع تقديم توصيات أو اقتراحات من شأنها تعديل الواقع للوصول إلى ما يجب أن تكون عليه هذه الظواهر. (النعمي والبياتي وخليفة، 2014، ص227)

وتقوم هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي لاستعراض أهم الأدبيات ذات العلاقة بشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، والمنهج الوصفي يهدف إلى دراسة الواقع ويهتم بوصفه وصفاً دقيقاً ويُعبر عنه تعبيراً كيفياً أو تعبيراً رقمياً، ويرتبط مفهوم المنهج الوصفي بدراسة الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكماله، أو تطويره. (عمر، 2002، ص210)

وتمت الدراسة الميدانية لتغطية الجانب التطبيقي من هذه الدراسة، والذي تحاول من خلاله الإجابة عن أسئلة الدراسة، واستخلاص نتائجها من خلال الاعتماد على الاستبانة التي تم تطويرها لأغراض الدراسة وفقاً للخطوات العلمية المتعارف عليها.

ب. مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس العاملين ضمن ملاك جامعة ديالى في العراق والبالغ عددهم (1286) بحسب موقع الجامعة الرسمي لعام 2017.

وجاء تأسيس جامعة ديالى وذلك لعدة عوامل منها حاجة المحافظة إلى إنشاء مركز علمي متطور وتقليل زخم عدد الطلبة الحاصل في جامعات العاصمة بغداد بالدرجة الأساس، ولرشد المسيرة العلمية والحضارية للمحافظة وكذلك لاستيعاب النمو المتزايد في أعداد طلبة المحافظة وبإضافة إلى خطة استيعاب الطلبة من المحافظات المجاورة وطلبة المحافظات البعيدة، تأتي أهمية محافظة ديالى باعتبارها مركزاً توسعياً لبغداد جعل منها بؤرة استقطاب، سكاني وتجاري مما تطلب إنشاء الجامعة في محافظة لتلبي متطلبات التنمية المستقبلية.

وإن للجامعة خطة طموحة في إنشاء الكليات فعلى الرغم من حداثة الجامعة فإن نسبة استحداث الكليات فيها هو بواقع كليتين في العام واحد، هذا وسيتم في المستقبل استحداث كليات الآداب والصيدلة واللغات والحاسبات، ولقد تم إعداد التصاميم والدراسات المتكاملة لتوسيع الجامعة في المستقبل من قبل مركز الهندسي الاستشاري للجامعة، وقد تم بالفعل المباشرة بتنفيذ العديد منها.

وقد تأسست الجامعة بتاريخ 1999/9/18 وهي من الجامعات ذات الحجم المتوسط إذ تستوعب طاقتها التصميمية بعد الانتهاء من إنشاء جميع المرافق الخدمية إلى 13000 طالبة وطالب، وتعتبر من أهم المراكز العلمية والثقافية المتخصصة في المحافظة، وتتكون الجامعة من أربعة عشر كلية ذات اختصاصات إنسانية والعلمية وكذلك بإضافة إلى العديد من المراكز البحثية ومختبرات علمية. (2017، uodiyala.edu.iq).

ج. عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة العينة العشوائية البسيطة وبشكل يعكس طبيعة هذه المجتمع وهو (التدريسيون في جامعة ديالى)، والبالغ عددهم الإجمالي (1286) تدريسيًا، بحسب موقع الجامعة الرسمي، وقد بلغت عينة الدراسة (352) مفردة، إذ تم توزيع (375) استبانة على مجتمع الدراسة، وبعد جمع الاستبانات تم استبعاد (23) استبانة كانت إجاباتها غير صالحة، ومنها أعيدت فارغة، فكانت خلاصة الاستبانات التي تم معالجتها إحصائياً هي (352) استبانة، وتم تحديد العينة بحسب جدول تحديد العينات المعتمد في الدراسات

الاجتماعية والإنسانية، حيث حدد الجدول العدد الأدنى لعينة من مجتمع دراسي لأكثر من 1300 هو 300. (Bartlett, Kotrlik, & Higgins, 2001, P.48)

وقد تم اختيار هذه العينة بناء على عدة عوامل، من أهمها إن مجتمع الدراسة يمثل نخبة في المجتمع العراقي، والتي تتعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي، وكون هذه الشريحة تمثل الجزء الأكثر وعياً فيما تتضمنه منشورات شبكات التواصل الاجتماعي من مواضيع، وأقدرها على تمييز الصحيح من غيرها من الشائعات. ويوضح أدناه جدول بالخصائص الديموغرافية للتدريسيين في جامعة ديالى بصفته العينة المبحوثة في هذه الدراسة.

الجدول رقم (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديموغرافية

| المتغير | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------------------|---------|----------------|
| الجنس | | |
| ذكر | 217 | 61.6 |
| أنثى | 135 | 38.4 |
| المجموع | 352 | 100.0 |
| العمر | | |
| 33-24 | 97 | 27.6 |
| 43-34 | 126 | 35.8 |
| 53-44 | 101 | 28.7 |
| 54 فأكثر | 28 | 8.0 |
| المجموع | 352 | 100.0 |
| التحصيل الأكاديمي | | |
| ماجستير | 169 | 48.0 |
| دكتوراه | 183 | 52.0 |
| المجموع | 352 | 100.0 |
| الدرجة العلمية | | |
| أستاذ | 30 | 8.5 |
| أستاذ مساعد | 90 | 25.6 |
| مدرس مساعد | 135 | 38.4 |
| مدرس | 97 | 27.6 |
| المجموع | 352 | 100.0 |
| سنوات الخبرة | | |
| 5-1 | 77 | 21.9 |
| 10-6 | 81 | 23.0 |
| 15-11 | 109 | 31.0 |
| أكثر من 15 | 85 | 24.1 |
| المجموع | 352 | 100.0 |

د. أداة الدراسة:

1. الاستبانة

اعتمدت الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث المحدد، عن طريق استمارة تمت تعبئتها من قبل المستجيب، ثم تم تطوير استبيان الدراسة في قسمين: القسم الأول يتضمن المعلومات العامة التي تصف المبحوثين تبعاً للمتغيرات الديموغرافية، مثل النوع الاجتماعي والعمر والتحصيل الأكاديمي والدرجة العلمية وسنوات الخبرة، وعلاقة هذه المتغيرات بمدى نظرهم إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، أما القسم الثاني فيتضمن الأسئلة المغلقة المتعلقة بأهداف الدراسة.

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية، والمكونة من النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل الأكاديمي، الدرجة العلمية، سنوات الخبرة.

القسم الثاني: الذي يقيس أسئلة الدراسة المتعلقة بـ (شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى)، والتي تتمثل في المحاور التالية:

- **المحور الأول: درجة الاستخدام (1-5).**
- **المحور الثاني: أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي (6-10).**
- **المحور الثالث: أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي (11-21).**
- **المحور الرابع: درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي والشبكة الأكثر نشرًا للشائعات (22-32).**

- المحور الخامس: الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة انتشار الشائعات (33-45)

2. المقابلة

المقابلة تعني ذلك النمط أو الأسلوب المتخصص للاتصال الشخصي والتفاعل اللفظي الذي يجري لتحقيق غرض خاص، ويركز فيه على بيانات ومعلومات خاصة ويستبعد ما عداها من المعلومات غير ضرورية أو الدخيلة وغير الجوهرية في الموضوع، وبالإضافة إلى أن المقابلة هي نوع من التفاعل الذي يكون فيه كل من المقابل والمجيب دوراً متحددًا يتوقف في خصائصه الخاصة على غرض المقابلة أو الطابع الغالب عليها. (الشريف، 1996، ص129)

وتضمنت الدراسة إجراء مقابلة مع مدير قسم العلاقات والإعلام في قيادة شرطة ديالى ذلك بسبب وجود مكتب لرصد الشائعات في المديرية العامة لشرطة محافظة ديالى.

صدقُ الأداة

تم اختبار صدق أداة الدراسة عن طريق عرضها على أهل الاختصاص والخبرة من أساتذة الجامعات المتخصصين في الصحافة والإعلام ومناهج البحث العلمي، وبعض الخبراء في المجال الصحفي، وبعد تلقي الملاحظات منهم تم تعديل صحيفة الاستقصاء لتصبح صالحة للتطبيق العملي. (ملحق رقم 2)

ثباتُ الأداة

الثبات بأبسط معانيه هو الموثوقية (Reliability)، ولحساب ثبات أداة الدراسة قام الباحث باستخدام طريقة معادلة الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا Cronbach Alpha Test، حيث كانت قيم كرونباخ ألفا لجميع متغيرات الدراسة وللاستبانة بشكل عام كانت

(70%) وهي أعلى من (60%)، وهي النسبة المقبولة في البحوث والدراسات، وتراوحت قيم الثبات في هذه الدراسة بين (0.68-0.73) والجدول رقم (2) يوضح ذلك.

الجدول رقم (2)

قيم معاملات الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا

| قيمة معامل الثبات | الفقرات | مجال الدراسة |
|-------------------|---------------|---|
| 0.73 | (5-1) | درجة الاستخدام |
| 0.67 | (10-6) | أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي |
| 0.68 | (21-11) | أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي |
| 0.70 | (32-22) | درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي والشبكة الأكثر نشرًا للشائعات |
| 0.72 | (45-33) | الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة انتشار الشائعات |
| 0.70 | (45-1) | المعدل |

هـ. متغيرات الدراسة:

إن المتغير المستقل تبعاً لهذه الدراسة يتمثل في (شبكات التواصل الاجتماعي)، أما المتغير التابع فهو (نشر الشائعات)، والمتغير الوسيط هو المتغيرات الديموغرافية لأعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ديالى في العراق.

و. إجراءات الدراسة:

قام الباحث بالإجراءات التالية:

1. تم مراجعة الأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، حيث استفاد الباحث من هذه المراجعة لجمع الأفكار واستنباطها، كما سعى لتمييز هذا الدراسة عن ما جاء في الدراسات السابقة وإيصال الهدف من إجراءاتها.
2. جمع البيانات الأولية من خلال إعداد استبانة تشتمل على مجموعة من الفقرات، ثم تحكيمها، وتوزيعها على أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى للتوصل إلى وجهة نظر المبحوثين من خلال مسح العينة.
3. استخلاص نتائج الدراسة الميدانية.
4. إعداد الرسالة بصورتها النهائية.
5. كتابة النتائج النهائية والتوصيات ثم عرضها على اللجنة المعتمدة للمناقشة.

ز. المعالجة الإحصائية:

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية (SPSS) (*)، فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، ومن أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وكذلك استخدم اختبار كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات أداة الدراسة، واستخدام اختبار Independent Sample

(* مختصر من: Statistics Package for Social Sciences، أي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية.)

T-test واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، بالإضافة إلى استخدام اختبار Scheffee و LSD للمقارنات البعدية.

وقد تم الاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات والتي تشمل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع محاور الدراسة المستقلة والفقرات المكونة لكل محور، وقد تم مراعاة أن يتدرج مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في الدراسة كما يلي:

| أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق بشدة |
|---------------|----------|-------|---------------|
| 5 | 4 | 3 | 2 |
| لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق بشدة |
| 1 | 2 | 3 | 4 |

واعتماداً على ما تقدم فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها على النحو الآتي: (3.68 - فما فوق: مرتفع)، (2.34-3.67: متوسط)، (2.33 - فما دون: منخفض). وفقاً للمعادلة التالية:

القيمة العليا - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات، أي:

$$1.33 = \frac{5-1}{4} = 1$$

وبذلك يكون المستوى المنخفض من $2.33 = 1.33 + 1$

ويكون المستوى المتوسط من $3.67 = 1.33 + 2.34$

ويكون المستوى المرتفع من $5 - 3.68$

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

تم تخصيص هذا الفصل لعرض نتائج الدراسة التطبيقية التي خرجت بها الدراسة من خلال أداة الدراسة (الاستبانة)، طبقاً للمنهج المسحي الذي اعتمده الدراسة.

نتائج الدراسة التطبيقية

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، وفيما يلي الإجابة عن أسئلة الدراسة التالية:

السؤال الأول: ما درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي.

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن سؤال " ما درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي "، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول (1)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور " درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي مرتبة ترتيباً تنازلياً.

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | التقدير |
|-------|---------------------------|-----------------|-------------------|---------|---------|
| 1 | شبكة الفيسبوك Facebook | 4.39 | 0.94 | 1 | مرتفع |
| 3 | شبكة اليوتيوب YouTube | 4.12 | 0.86 | 2 | مرتفع |
| 4 | شبكة جوجل بلس Google Plus | 3.12 | 1.25 | 3 | متوسط |
| 2 | شبكة التويتر Twitter | 3.09 | 1.31 | 4 | متوسط |
| 5 | شبكات أخرى Anoth Networks | 2.11 | 1.38 | 5 | منخفض |
| | المجموع الكلي | 3.37 | 0.62 | | متوسط |

يتضح من الجدول رقم (1) أن المتوسطات الحسابية لـ (درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي)، تراوحت ما بين (4.39 و 2.11) ، بمتوسط حسابي إجمالي للمحور يبلغ (3.37)، وهو من المستوى المتوسط . وقد حازت الفقرة رقم (1) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (4.39) ، وبانحراف معياري (0.94)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على كون شبكة التواصل

الاجتماعي (الفيسبوك Facebook) أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل تدريسيي جامعة ديالى.

تليها في المرتبة الثانية الفقرة رقم(3) شبكة (اليوتيوب YouTube) إذ جاءت بمتوسط حسابي (4.12) وانحراف معياري (0.86) وهو ضمن المستوى المرتفع أيضاً، بمعنى أن (اليوتيوب YouTube) من أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى بعد شبكة الفيسبوك.

بينما جاءت الفقرة (4) شبكة (جوجل بلس Google Plus) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.12) وانحراف معياري (1.25) وهو ضمن المستوى المتوسط ، حيث أشارت الفقرة إلى درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكة (جوجل بلس Google Plus) والتي أظهرت أنها بترتيب متوسط .

وفي المرتبة قبل الأخيرة جاءت الفقرة رقم (2) بمتوسط حسابي (3.09) وبانحراف معياري (1.31)، وهو من المستوى المتوسط أيضاً، حيث نصّت الفقرة على درجة استخدام تدريسيي جامعة ديالى لشبكة (تويتر Twitter) بينما جاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم(5) بمتوسط حسابي(2.11) وبانحراف معياري (1.38)، وهو من المستوى المنخفض، بمعنى أنه لم تحظ الشبكات الأخرى(غير المذكورة) بمستوى أو درجة استخدام من قبل أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

السؤال الثاني: ما أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى؟

للإجابة عن السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن "أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى"، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول رقم (2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى) مرتبة ترتيباً تنازلياً.

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | التقدير |
|-------|-------------------|-----------------|-------------------|---------|---------|
| 6 | السياسية | 4.42 | 0.76 | 1 | مرتفع |
| 7 | الاجتماعية | 4.16 | 1.02 | 2 | مرتفع |
| 8 | الاقتصادية | 3.32 | 1.24 | 3 | متوسط |
| 9 | العسكرية والأمنية | 3.03 | 1.45 | 4 | متوسط |
| 10 | العلمية | 2.27 | 1.49 | 5 | منخفض |
| | المجموع الكلي | 3.44 | 0.72 | | متوسط |

يتضح من الجدول رقم (2) أن المتوسطات الحسابية لـ (أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى)، تراوحت ما بين (4.42 و 2.27) ، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (3.44)، وهو من المستوى المتوسط .

وقد حازت الفقرة رقم (6) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (4.42)، وبانحراف معياري (0.76)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على كون (الشائعات السياسية) هي من أبرز المواضيع التي تتضمنها منشورات شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بنسبتها إلى مواضيع الشائعات الأخرى من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، تليها بالمستوى ذاته الفقرة رقم (7) التي نصت على الشائعات الاجتماعية وجاءت بمتوسط حسابي (4.16) وانحراف معياري (1.02).

وفي المستوى المتوسط جاءت الفقرتان (8) و(9) بمتوسط حسابي (3.32)،(3.03) وانحراف معياري (1.24) و(1.45) على التوالي واللذان نصتا على أن كون الشائعات الاقتصادية والعسكرية والأمنية من المواضيع التي تتضمنها منشورات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس جامعة ديالى.

وفي المرتبة الأخيرة، جاءت الفقرة رقم (7) بمتوسط حسابي بلغ (2.27) وبانحراف معياري (1.49) وهو من المستوى المنخفض، حيث نصّت الفقرة على كون مواضيع الشائعات (العلمية) هي المواضيع الأقل تناولاً في منشورات شبكات التواصل الاجتماعي قياساً لمواضيع الشائعات الأخرى.

السؤال الثالث: ما أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى؟

للإجابة عن السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن " أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى " وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول رقم (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى) مرتبة ترتيباً تنازلياً.

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | التقدير |
|-------|--|-----------------|-------------------|---------|---------|
| 17 | سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زاد من سرعة انتشار الشائعات | 4.27 | 0.81 | 1 | مرتفع |
| 12 | صعوبة التحري عن مروجي الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي | 4.19 | 0.79 | 2 | مرتفع |
| 19 | محتويات شبكات التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة الأمنية أو المجتمعية | 4.14 | 0.88 | 3 | مرتفع |
| 20 | إنشاء مواقع مزورة بأسماء جهات رسمية وغير رسمية | 4.08 | 1.13 | 4 | مرتفع |
| 11 | سهولة تأثر بعض مستخدمي الشبكات بما ينشر من شائعات فيعيد نشرها | 3.61 | 1.40 | 5 | متوسط |
| 14 | غياب الوعي بخطورة الشائعات | 3.50 | 1.51 | 6 | متوسط |
| 21 | أسباب أخرى | 3.44 | 1.45 | 7 | متوسط |
| 15 | غياب الشفافية وتأخر التصريحات الرسمية | 3.39 | 1.34 | 8 | متوسط |
| 16 | انعدام المعلومات وندرة الأخبار حول حدث ما | 3.31 | 1.15 | 9 | متوسط |
| 13 | عدم وجود قوانين ملزمة تردع مروجي الشائعات | 3.19 | 1.58 | 10 | متوسط |
| 18 | الحصول على السبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية على شبكات التواصل الاجتماعي | 2.67 | 1.60 | 11 | متوسط |
| | المجموع الكلي | 3.62 | 0.48 | | متوسط |

يتضح من الجدول رقم (3) أن المتوسطات الحسابية لـ (أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى)، تراوحت ما بين (4.27 و 2.67)، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (3.62)، وهو من المستوى المتوسط .

وقد حازت الفقرة رقم (17) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (4.27)، وبانحراف معياري (0.81)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على أن من (سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زاد من سرعة انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي)، فهو من أكثر الأسباب التي أسهمت في انتشار الشائعات، كونها متاحة وسهلة على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (12) بمتوسط حسابي (4.19) وبانحراف معياري (0.79) وهو ضمن المستوى المرتفع أيضاً، حيث نصّت الفقرة على أن من أبرز أسباب انتشار الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو (صعوبة التحري عن مروجي الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي) مما أتاح استغلالها في ترويج الشائعات المختلفة حول مختلف المواضيع بحسب وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

وفي المرتبة قبل الأخيرة جاءت الفقرة رقم (13) بمتوسط حسابي (3.19) وبانحراف معياري (1.58)، وهو من المستوى المتوسط، حيث نصّت الفقرة على أن من أسباب انتشار الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو (عدم وجود قوانين ملزمة تردع

مروجي الشائعات) لذا يتم استغلال شبكات التواصل الاجتماعي بدون الشعور بالمحاسبة أو المسؤولية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (18) بمتوسط حسابي بلغ (2.67) وبانحراف معياري (1.60) وهو من المستوى المتوسط أيضاً، حيث نصّت الفقرة على أن من أسباب انتشار الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو (الحصول على السبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية على شبكات التواصل الاجتماعي) عليه يتسرع بعض المستخدمين في نشر ما وصله دون أن يتأكد لمجرد أنه يريد أن يحوز منشوره السبق الصحفي، هذا من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

السؤال الرابع: ما درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي وما الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى؟

للإجابة عن السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن " ما درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي وما الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى؟" وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول رقم (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور (درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي والشبكة الأكثر نشرًا للشائعات) مرتبة ترتيباً تنازلياً.

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | التقدير |
|-------|----------------------|-----------------|-------------------|---------|---------|
| 22 | الفيسبوك Facebook | 4.51 | 0.67 | 1 | مرتفع |
| 23 | التويتر Twitter | 3.96 | 0.84 | 2 | مرتفع |
| 24 | الواتساب WhatsApp | 3.92 | 0.85 | 3 | مرتفع |
| 25 | انستغرام Instagram | 3.60 | 0.96 | 4 | متوسط |
| 26 | اليوتيوب YouTube | 3.38 | 0.93 | 5 | متوسط |
| 27 | جوجل بلس Google Plus | 3.32 | 0.91 | 6 | متوسط |
| 29 | فايبر Viper | 3.22 | 0.81 | 7 | متوسط |
| 30 | سناب شات Snapchat | 3.22 | 0.83 | 8 | متوسط |
| 28 | تانجو Tango | 3.22 | 0.86 | 9 | متوسط |
| 32 | لينكد إن Linked in | 3.12 | 0.78 | 10 | متوسط |
| 31 | ماي سبيس MySpace | 3.11 | 0.81 | 11 | متوسط |
| | المتوسط العام | 3.51 | 0.49 | | متوسط |

يتضح من الجدول رقم (4) أن المتوسطات الحسابية لـ (درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي والشبكة الأكثر نشرًا للشائعات)، تراوحت ما بين (4.51 و3.11)، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (3.51)، وهو من المستوى المتوسط.

وقد حازت الفقرة رقم (22) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (4.51)، وبانحراف معياري (0.67)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على أن من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى هي (الفيسبوك Facebook)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (23) بمتوسط حسابي (3.96) وانحراف معياري (0.84) وهو ضمن المستوى المرتفع أيضاً، حيث نصّت الفقرة على أن من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى هي (تويتر Twitter).

وفي المرتبة الثالثة جاءت الفقرة رقم (24) بمتوسط حسابي (3.92) وبانحراف معياري (0.85) وهو ضمن المستوى المرتفع كذلك، حيث نصّت الفقرة على أن من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى هي (الواتساب WhatsApp).

وفي المرتبة قبل الأخيرة جاءت الفقرة رقم (32) بمتوسط حسابي (3.12) وبانحراف معياري (0.78)، وهو من المستوى المتوسط، حيث نصّت الفقرة على أن شبكة (لينكد إن Linked in) من الشبكات الأقل استخداماً في نشر الشائعات.

وفي المرتبة الأخيرة، جاءت الفقرة رقم (31) بمتوسط حسابي بلغ (3.11) وبانحراف معياري (0.81) وهو من المستوى المتوسط، حيث نصّت الفقرة على أن شبكة (ماي سبيس My Space) من أقل شبكات التي تستخدم في نشر الشائعات بحسب وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

السؤال الخامس: ما الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى؟

للإجابة عن السؤال، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على استجابات أفراد عينة الدراسة عن " الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى " وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

الجدول رقم (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة (الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى)

| الرقم | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | التقدير |
|-------|--|-----------------|-------------------|---------|---------|
| 35 | تشريع القوانين التي تحكم وتضبط شبكات التواصل الاجتماعي | 4.77 | 0.49 | 1 | مرتفع |
| 43 | توعية المستخدمين بالآثار السلبية الناشئة عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي | 4.50 | 0.69 | 2 | مرتفع |
| 44 | التحري عن مصادر الشائعات | 4.38 | 0.74 | 3 | مرتفع |
| 41 | عدم نشر الموضوعات التي تغذي الشائعات | 4.36 | 0.68 | 4 | مرتفع |
| 39 | التعامل بحرص مع الأخبار المتعلقة بالمواضيع الدينية والعقائدية | 4.33 | 0.69 | 5 | مرتفع |
| 45 | حلول ومعالجات أخرى | 4.32 | 0.75 | 6 | مرتفع |
| 36 | حجب شبكات التواصل التي تسهم في سرعة انتشار الشائعات | 3.84 | 1.37 | 7 | مرتفع |
| 40 | إهمال الشائعات وعدم نشرها | 3.82 | 1.14 | 8 | مرتفع |
| 38 | تفعيل دور المؤسسات التعليمية ومنظمات المجتمع المدني في مواجهة الشائعات والتوعية بشأن مخاطرها | 3.75 | 1.15 | 9 | مرتفع |
| 34 | توعية مستخدمي الشبكات بخطورة الشائعات بصورة عامة | 3.60 | 1.30 | 10 | متوسط |
| 37 | توضيح الحقائق للرأي العام حول قضايا المجتمع العراقي والتحديات التي تواجهه | 3.43 | 1.32 | 11 | متوسط |
| 42 | النفى السريع للشائعات من قبل الجهات الرسمية | 3.14 | 1.45 | 12 | متوسط |
| 33 | تشجيع مستخدمي الشبكات الاجتماعية على التعاون مع الأجهزة الأمنية | 2.48 | 1.49 | 13 | متوسط |
| | المجموع الكلي | 3.90 | 0.42 | | مرتفع |

يتضح من الجدول رقم (5) أن المتوسطات الحسابية لـ (الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى)، تراوحت ما بين (4.77 و 2.48)، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (3.90)، وهو من المستوى المرتفع.

وقد حازت الفقرة رقم (35) على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (4.77)، وبانحراف معياري (0.49)، وهو من المستوى المرتفع، وقد نصّت الفقرة على أن أبرز الحلول والمعالجات التي تحد من نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى هي (تشريع القوانين التي تحكم وتضبط شبكات التواصل الاجتماعي).

وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة رقم (43) بمتوسط حسابي (4.50) وبانحراف معياري (0.69) وهو ضمن المستوى المرتفع، حيث نصّت الفقرة على أنه من الحلول والمعالجات التي تحد من نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى هو (توعية المستخدمين بالآثار السلبية الناشئة عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي).

وفي المرتبة قبل الأخيرة جاءت الفقرة رقم (42) بمتوسط حسابي (3.14) وبانحراف معياري (1.45)، وهو من المستوى المتوسط، حيث نصّت الفقرة على أن من الحلول والمعالجات التي تحد من نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي

هو (النفي السريع للشائعة من قبل الجهات الرسمية) من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة رقم (33) بمتوسط حسابي بلغ (2.48) وبنحرف معياري (1.49) وهو من المستوى المتوسط أيضاً، حيث نصّت الفقرة على أن من الحلول والمعالجات التي تحد من نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو (تشجيع مستخدمي الشبكات الاجتماعية على التعاون مع الأجهزة الأمنية) من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

ويشير هذا المحور إلى أهمية أغلب الحلول والمعالجات التي طرحتها هذه الدراسة بحسب وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، لاسيما أن المحور جاء بالمجمل ضمن المستوى المرتفع.

السؤال السادس: هل توجد فروق إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) لتقييم أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل الأكاديمي، الدرجة العلمية، سنوات الخبرة).

1- النوع الاجتماعي:

تم استخدام اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق الإحصائية لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للنوع الاجتماعي، والجدول رقم (6) يوضح ذلك.

جدول رقم (6)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف على الفروق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للنوع الاجتماعي.

| المصدر | النوع الاجتماعي | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | العينة | درجات الحرية | قيمة (T) | الدلالة الإحصائية |
|--|-----------------|-----------------|-------------------|--------|--------------|----------|-------------------|
| دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للنوع الاجتماعي | ذكر | 3.56 | 0.34 | 217 | 350 | 0.427- | *0.67 |
| | أنثى | 3.58 | 0.34 | 135 | | | |
| جامعة ديالى تعزى للنوع الاجتماعي | الكلي | 3.57 | 0.34 | 352 | 475 | | |

*أعلى من مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية

يتضح من الجدول رقم (6) عدم وجود فروق دالة إحصائية في دور شبكات التواصل

الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى إلى

متغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة الإحصائي (T) لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة

ديالى (0.427) وبدلالة إحصائية (0.67) ، وهي أعلى من مستوى الدلالة (0.05).

وهذا يدل على أن أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ديالى لديهم مستويات متقاربة جداً

إلى حد التماثل من استجاباتهم لدور شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات

باختلاف جنسهم، حيث بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات التدريسيين الذكور لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر هيئة التدريس في جامعة ديالى (3.56) وبلغ المتوسط الحسابي للإناث (3.58) ولم يلحظ فروقات دالة إحصائية لصالح فئة عن أخرى.

2- العمر

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على الفروق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للعمر، والجدول رقم (7) يوضح ذلك.

جدول رقم (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للعمر "

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | الفئة العمرية | المصدر |
|-------------------|-----------------|------------|----------------|--|
| 0.35 | 3.59 | 97 | (33-24) | دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى والتي تعزى للعمر |
| 0.36 | 3.52 | 126 | (43-34) | |
| 0.33 | 3.60 | 101 | (53-44) | |
| 0.27 | 3.58 | 28 | 54 فأكثر | |
| 0.34 | 3.57 | 352 | المجموع | |

يتضح من الجدول رقم (7) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للعمر، كانت متقاربة جداً، ولمعرفة فيما إذا كانت هناك فروقات معينة ظاهرة بين الاستجابات، والتعرف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول رقم (8) يوضح ذلك.

جدول رقم (8)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للعمر".

| المصدر | التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة "ف" | مستوى الدلالة |
|--|----------------|----------------|--------------|----------------|----------|---------------|
| دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى يعزى للعمر | بين المجموعات | 0.466 | 3 | 0.155 | 1.310 | *0.27 |
| | داخل المجموعات | 41.270 | 348 | 0.119 | | |
| | المجموع | 41.736 | 351 | | | |

*أعلى من مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية

يتضح من الجدول رقم (8) عدم وجود فروق دالة إحصائياً في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى إلى متغير العمر، حيث بلغت قيمة الإحصائي (ف) (1.310) وبدلالة إحصائية (0.27) ، وهي أكثر من مستوى الدلالة (0.05).

وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة في معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لديهم مستويات متقاربة جداً على اختلاف أعمارهم.

3- التحصيل الأكاديمي

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على الفروق في استجابات المبحوثين حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للتحصيل الأكاديمي، والجدول رقم (9) يوضح ذلك.

جدول رقم (9)

اختبار العينات المستقلة Independent Samples T-test للكشف عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودلالة للفروق في استجابات العينة المبحوثة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للمستوى الأكاديمي.

| المصدر | المستوى الأكاديمي | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | العينة | درجات الحرية | قيمة (T) | الدلالة الإحصائية |
|--|-------------------|-----------------|-------------------|--------|--------------|----------|-------------------|
| دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للمستوى الأكاديمي | ماجستير | 3.58 | 0.35 | 169 | 350 | 0.801 | *0.327 |
| | دكتوراه | 3.55 | 0.33 | 183 | | | |
| الكلية | | 3.56 | 0.34 | 352 | | | |

*أعلى من مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية

يتضح من الجدول رقم (9) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للتحصيل الأكاديمي، كانت متقاربة، الأمر الذي يفسر عدم وجود فروقات ظاهرة بين الاستجابات، بدليل أن قيمة الدلالة الإحصائية بحسب اختبار العينات المستقلة Independent Samples T-test جاءت بقيمة (0.327) وهي أكثر من قيمة الدلالة الإحصائية 0.05 .

4- الدرجة العلمية:

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على الفروق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للدرجة العلمية، والجدول رقم (10) يوضح ذلك.

جدول رقم (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للدرجة العلمية"

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | الدرجة العلمية | المصدر |
|-------------------|-----------------|-------|----------------|---|
| 0.34 | 3.57 | 30 | أستاذ | دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى والتي تعزى للدرجة العلمية |
| 0.34 | 3.60 | 90 | أستاذ مساعد | |
| 0.35 | 3.56 | 135 | مدرس مساعد | |
| 0.33 | 3.55 | 97 | مدرس | |
| 0.34 | 3.57 | 352 | Total | |

يتضح من الجدول رقم (10) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للدرجة العالية، كانت متقاربة جداً، ولمعرفة فيما إذا كانت هناك فروقات معينة ظاهرة بين الاستجابات، والتعرف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول رقم (11) يوضح ذلك.

جدول رقم (11)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للدرجة العلمية".

| مستوى الدلالة | قيمة "ف" | متوسط المربعات | درجات الحرية | مجموع المربعات | التباين | المصدر |
|------------------|----------|-------------------|-----------------|-------------------|-------------------|---|
| *0.777 | 0.367 | 0.044 | 3 | 0.132 | بين المجموعات | دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر |
| | | 0.120 | 348 | 41.604 | داخل المجموعات | الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى يعزى |
| | | | 351 | 41.736 | المجموع | للدرجة العلمية |

*أعلى من مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية

يتضح من الجدول رقم (11) عدم وجود فروق دالة إحصائية في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى إلى متغير الدرجة العملية، حيث بلغت قيمة الإحصائي (ف) (0.367) وبدلالة إحصائية (0.77) ، وهي أكثر من مستوى الدلالة (0.05).

وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة في معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لديهم مستويات متقاربة جداً في استجاباتهم لمحور دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات على اختلاف درجاتهم العلمية.

5- سنوات الخبرة:

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA للتعرف على الفروق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى لعدد سنوات الخبرة، والجدول رقم (12) يوضح ذلك.

جدول رقم (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى لعدد سنوات الخبرة"

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العدد | سنوات الخبرة | المصدر |
|-------------------|-----------------|------------|----------------|--|
| 0.36 | 3.58 | 77 | 5-1 | دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى والتي تعزى لعدد سنوات الخبرة |
| 0.33 | 3.48 | 81 | 10-6 | |
| 0.36 | 3.62 | 109 | 15-11 | |
| 0.29 | 3.57 | 85 | أكثر من 15 | |
| 0.34 | 3.57 | 352 | المجموع | |

يتضح من الجدول رقم (12) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى لعدد سنوات الخبرة، كانت متباينة إلى حد ما، ولمعرفة فيما إذا كانت الفروقات الظاهرة بين الاستجابات لها دلالة إحصائية، والتعرف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول رقم (13) يوضح ذلك.

جدول رقم (13)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى لعدد سنوات الخبرة ."

| المصدر | التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة "ف" | مستوى الدلالة |
|--|----------------|----------------|--------------|----------------|----------|---------------|
| دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى يعزى لعدد سنوات الخبرة | بين المجموعات | 0.943 | 3 | 0.314 | 2.682 | *0.047 |
| | داخل المجموعات | 40.792 | 348 | 0.117 | | |
| | المجموع | 41.736 | 351 | | | |

* القيمة (0.047) لها دلالة إحصائية إذ جاءت أقل من (0.05)

يتضح من الجدول رقم (13) أن هناك فروقاً دالة إحصائية في دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة ، حيث بلغت قيمة الإحصائي (ف) (2.682) وبدلالة إحصائية (0.047)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05).

وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة لهم معرفة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات ولديهم مستويات متباينة في استجاباتهم لمحور دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات على اختلاف عدد سنوات الخبرة.

ولمعرفة لصالح أي فئات سنوات الخبرة جاءت الفروق دالة إحصائياً، تم استخدام اختبار Scheffe Test للمقارنات البعدية المتعددة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى التي تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة كما في الجدول رقم (14).

الجدول رقم (14)

اختبار Scheffe Test للمقارنات البعدية المتعددة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة.

| القيمة الإحصائية | (I-J) فرق المتوسطات | (J) سنوات الخبرة | (I) سنوات الخبرة | |
|------------------|------------------------|---------------------|---------------------|---|
| 0.295 | 0.10509 | 6-10 | 1-5 | اختبار Scheffe للمقارنات البعدية |
| 0.927 | -0.03474- | 11-15 | | |
| 0.995 | 0.01439 | من أكثر 15 | | |
| 0.295 | -0.10509- | 1-5 | 6-10 | |
| 0.053 | -.13984- | 11-15 | | |
| 0.407 | -.09070- | من أكثر 15 | | |
| 0.927 | .03474 | 1-5 | 11-15 | |
| 0.053 | .13984 | 6-10 | | |
| 0.805 | .04913 | من أكثر 15 | | |
| 0.995 | -.01439- | 1-5 | من أكثر 15 | |
| 0.407 | .09070 | 6-10 | | |
| 0.805 | -.04913- | 11-15 | | |

يظهر الجدول رقم (14) أن الفروقات الإحصائية كانت لصالح فئة سنوات الخبرة (6)-10، وذلك لكون قيمتها الإحصائية هي الأقل بين الفئات الأخرى، بمعنى أنها الأقرب إلى الدلالة الإحصائية (0.05)، وهذا يدل على أن هذه الفئة كانت الأكثر تأثيراً في استجابات المبحوثين لمحور دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من جهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى التي تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة.

والجدول رقم (15) يؤكد هذه الحقيقة من خلال إظهار قيم الدلالة الخاصة بكل فئة، ليتبين من خلال القيمة الأقل للفئة بأنها الأقرب لقيمة الدلالة الإحصائية عند مستوى (0.05).

الجدول رقم (15)

جدول اختبار **Scheffe** الفرعي يبين قيم الدلالة الإحصائية لفئات سنوات الخبرة بمعرفة قيم معامل α للمجموعات الفرعية المتجانسة حول استجابات المبحوثين حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى لمتغير عدد سنوات الخبرة.

| الدلالات الإحصائية بحسب قربها من 0.05 | | | | العدد | سنوات الخبرة | اختبار Scheffe الفرعي |
|---------------------------------------|------|------|--|-------|-----------------------|------------------------------------|
| | | 3.48 | | 81 | 6-10 | |
| | | 3.57 | | 85 | من أكثر 15 | |
| | 3.58 | | | 77 | 1-5 | |
| 3.62 | | | | 109 | 11-15 | |
| 0.06 | | | | | المعدل الإحصائي العام | |

يبين الجدول أعلاه أن فئة سنوات الخبرة (6)-10 حصلت على مستوى أقرب إلى قيمة الدلالة الإحصائية 0.05 و هي بالتالي صاحبة الفروق الدالة الإحصائية قياساً إلى الفئات الأخرى.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة النتائج

يتضمن هذا الفصل مناقشة النتائج والتوصيات التي توصلت لها الدراسة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، وفيما يلي استعراض النتائج ومراجعتها وفقاً لترتيب أسئلة الدراسة.

أولاً: مناقشة نتائج السؤال الأول: ما درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي؟

تبين من خلال الجدول رقم (1) من الفصل الرابع أن محور الدراسة المتمثل بالسؤال عن درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي قد حاز على مستوى (متوسط) ، بمعنى أن مستوى استخدام العينة المبحوثة لشبكات التواصل الاجتماعي كان بمستوى مقبول ، وقد تبين أن استخدام العينة المبحوثة لشبكات التواصل الاجتماعي قد جاء بنسب متقاربة توزعت على عدد من شبكات التواصل الاجتماعي، فقد حاز استخدام شبكة (الفيسبوك) على أعلى متوسط حسابي ضمن المستوى المرتفع، وبالتالي يتبين أن شبكة (الفيسبوك) هي الشبكة الأكثر استخداماً من قبل أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، وجاءت شبكة اليوتيوب بالمرتبة الثانية ضمن نفس المستوى (مرتفع) .

وقد يرجع السبب في ذلك كون هاتان الشبكتان قد حازتا على أعلى نسبة استخدام من العينة المبحوثة لما لها من مميزات قد تساهم في تطوير العملية التعليمية الخاصة بأعضاء الهيئة

التدريسية، وقد يرجع ذلك أيضاً إلى سهولة التواصل من خلال هاتين الشبكتين بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب من جهة، وبين أعضاء هيئة التدريس أنفسهم من جهة أخرى. وتؤكد هذه النتيجة إلى ما توصلت إليه دراسة (عبد الامير، 2016) حول اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني إزاء الأزمات الأمنية والتي جاء فيها أن الغالبية العظمى من أساتذة الجامعات يستخدمون شبكة (الفيسبوك) والتي جاءت في المرتبة الأولى، بينما حلت شبكة اليوتيوب في المرتبة الثانية وفي المرتبة الأخيرة جاءت شبكة (تويتر).

إن نتائج الدراسة في الجدول رقم (1) أكدت أن استخدام شبكة (جوجل بلس) وشبكة (تويتر) قد جاءت في المرتبة الثالثة والرابعة على التوالي ضمن المستوى المتوسط، وجاءت الشبكات (أخرى) في المرتبة الأخيرة ضمن المستوى المنخفض، مما يدل على أن هذه الشبكات هي الأقل استخداماً من قبل أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

وقد يرجع سبب حلول هذه الشبكات في المراتب الأخيرة للاستخدام من قبل أعضاء هيئة التدريس لكون تلك الشبكات هي الأقل استخداماً في العراق بصورة عامة، وهذا ما تأكده إحصائيات موقع (Alexa.com) عن المواقع الإلكترونية الأكثر استخداماً في العراق.

ثانياً: مناقشة نتائج السؤال الثاني: ما أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

يتضح من الجدول رقم (2) أن المحور المتمثل بسؤال (ما أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى) قد جاء

ضمن المستوى (متوسط)، حيث جاءت (الشائعة السياسية) ضمن أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي ضمن المستوى (مرتفع) وقد حازت على المرتبة الأولى، كذلك جاءت (الشائعة الاجتماعية) ضمن المستوى (مرتفع) وحازت على المرتبة الثانية ضمن المحور .

وقد يرجع ذلك إلى اضطراب الأوضاع السياسية والاجتماعية وعدم الاستقرار الذي يسود العراق منذ الاحتلال الأمريكي لهذا البلد عام (2003) وحتى الآن، وما رافق ذلك من ازدياد في عدد الأحزاب والمنظمات والتكتلات السياسية التي برزت على الساحة العراقية، وكثرة الأزمات السياسية التي أصابت العملية السياسية خلال فترة الصراع الطائفي التي مر بها العراق .

وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة (Kelley,2004) حول الشائعات في العراق والتي جاء فيها أن (الشائعة السياسية) هي الأبرز بين الشائعات التي سادت في المجتمع العراقي بعد حوالي عام من الاحتلال الأمريكي عام (2003).

وقد أكد العقيد: غالب عطية خلف إن انتشار الشائعة السياسية قد يعود إلى الصراع والتنافس السياسي في البلد وكثرة الأحزاب السياسية الأمر الذي جعل أغلب أبناء الشعب يتناقلون الشائعات بصورة كبيرة ويخوضون في إشكالياتها وكذلك يعود السبب في انتشار الشائعة الاجتماعية إلى الانفتاح الثقافي والاجتماعي بعد عام (2003) وبدون سيطرة أو قوانين تنظم هذا الانفتاح على الخارج وثقافته وعاداته*.

* مقابلة أجراها الباحث بتاريخ 2017/4/10 مع العقيد غالب عطية خلف مدير قسم العلاقات والإعلام في مديرية شرطة محافظة ديالى.

ويرجع سبب كثرة انتشار الشائعات السياسية والاجتماعية إلى الزيادة الكبيرة في عدد وسائل الإعلام العراقية منذ عام (2003) والتي ترتبط غالبيتها بجهات سياسية عاملة في العراق.

كما جاءت (الشائعة الاقتصادية) و (الشائعة العسكرية والأمنية) بالمرتبة الثالثة والرابعة على التوالي في المستوى (متوسط) ضمن المحور، بينما جاءت (الشائعة العلمية) في المرتبة الأخيرة وبمستوى منخفض.

ثالثاً: مناقشة نتائج السؤال الثالث: ما أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

يتضح من الجدول رقم (3) أن المحور المتعلق بأسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى جاء ضمن المستوى (متوسط)، حيث جاءت فقرة (سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زاد من سرعة انتشار الشائعات) في المرتبة الأولى في المستوى (مرتفع) .

ونجد من المنطقي أن تأتي فقرة (سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زاد من سرعة انتشار الشائعات) في المرتبة الأولى وذلك بسبب الانتشار الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي وسهولة استخدام هذه الشبكات من قبل غالبية أفراد المجتمع وبالتالي سهولة نقل ونشر الشائعات عبر تلك الشبكات.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عيساني، 2015) التي بينت أنه بفضل سهولة وسرعة الاشتراك في المجتمعات الافتراضية التي وفرتها شبكات التواصل الاجتماعي، أصبح بمقدور مرسل الشائعة الوصول ملايين البشر بنقرة واحدة.

وجاءت فقرة (صعوبة التحري عن مروجي الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية ضمن المستوى (مرتفع)، وهذا يفسر اشتراك كثير من المستخدمين بغير أسمائهم الحقيقية أو التخفي وراء أسماء مستعارة لتمكنهم من نقل أو نشر الشائعة، وجاءت فقرة (محتويات شبكات التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة الأمنية أو المجتمعية) في المرتبة الثالثة ضمن المستوى (المرتفع)، وتشير هذه النتيجة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي عالم افتراضي مفتوح قد استُغل في بعض الأزمات الأمنية من قبل الجماعات الإرهابية لنشر الفكر المتطرف.

وجاءت نتيجة فقرة (إنشاء مواقع مزورة بأسماء جهات رسمية وغير رسمية) في المرتبة الرابعة ضمن المستوى (المرتفع)، وما يؤكد هذه النتيجة زيادة عدد الصفحات المزورة التي تظهر في شبكات التواصل الاجتماعي خاصة تلك التي تعود إلى شخصيات سياسية أو اجتماعية، وكما جاءت فقرة (سهولة تأثر بعض مستخدمي الشبكات بما ينشر من شائعات فيعيد نشرها) في المرتبة الخامسة ضمن المستوى (متوسط) وفيما يخص هذه الفقرة نجد أن معظم مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يقومون بالتعليق أو إعطاء مشاركة للمنشورات التي تتضمن معلومات ليس لها مصادر رسمية ودون التأكد من صحتها.

أما فقرة (الحصول على السبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية على شبكات التواصل الاجتماعي) قد جاءت ضمن المستوى (متوسط) وجاءت في الترتيب الأخير للمحور.

ونجد من خلال دراسة نتائج هذا المحور أن هذه النتائج قد جاءت متقاربة إلى حد كبير من ناحية المتوسط الحسابي والتقدير، ولعل سبب ذلك يرجع إلى كثرة أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي وصعوبة حصرها بأحد الأسباب دون غيرها.

رابعاً: مناقشة نتائج السؤال الرابع: ما درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي وما الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى؟

يتضح من الجدول رقم (4) أن المحور المتمثل في درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل والشبكة الأكثر نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس قد جاء ضمن المستوى (متوسط)، وبالنسبة للشق الأول من المحور والمتمثل في درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي نرى أن المساحة الواسعة من الحرية التي يتمتع بها مستخدم شبكة (الإنترنت) بشكل عام، ومستخدم شبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص، في النشر على تلك الشبكات، وكذلك صعوبة الوصول إلى شخص ذلك المستخدم، وعدم وجود آلية فاعلة للرقابة على ما ينشر في تلك الشبكات ومحاسبة الناشر، والأهم من ذلك عدم وجود تشريعات خاصة بهذا الشأن، كل هذه العوامل قد أسهمت بشكل فاعل في أن يكون لشبكات التواصل الاجتماعي دور في نشر الشائعات.

وبالنسبة للشق الثاني من المحور والمتمثل في الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، حيث جاءت شبكة (الفيسبوك) في المرتبة الأولى وحازت

على مستوى (مرتفع)، ونجد أن ذلك نتيجة طبيعة لكون شبكة الفيسبوك هي الشبكة الأكثر انتشاراً في العراق.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (الكرناف، 2014) والتي جاء فيها أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي ترويجاً للشائعات هي شبكة تويتر وهذا أمر طبيعي لأن شبكة تويتر هي الأكثر استخداماً في المملكة العربية السعودية عينة الدراسة.

وقد أكد العقيد غالب عطية خلف على إن شبكة الفيسبوك هي الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات ويعود ذلك إلى كثرة استخدام أفراد مجتمعنا لهذه الشبكة (*).

وجاءت شبكة (تويتر) في المرتبة الثانية ضمن المستوى (مرتفع)، وقد ذكر العقيد غالب عطية خلف إنه فيما يخص شبكة (تويتر) فمن خلال الرصد وجد إن عصابات (داعش) الإرهابية تعتمد على هذه الشبكة في نشر شائعاتهم أكثر من الشبكات الاجتماعية الأخرى (*).

أما شبكة (الواتساب) فقد جاءت في المرتبة الثالثة ضمن المستوى (مرتفع)، وجاءت الشبكات الأخرى مثل (انستغرام واليوتيوب وجوجل بلس وفايبر وسناب شات وتانجو وولينكد إن وماي سبيس) في المراتب من الثالث حتى الحادي عشر ضمن المستوى (متوسط)، ونجد أن نتائج بقية الشبكات قد جاءت متقاربة من ناحية المتوسط الحسابي والتقدير.

(* مقابلة أجراها الباحث بتاريخ 2017/4/10 مع العقيد غالب عطية خلف مدير قسم العلاقات والإعلام في مديرية شرطة محافظة ديالى.

(* المصدر السابق

خامساً: مناقشة نتائج السؤال الخامس: ما الحلول والمعالجات التي تُد من ظاهرة

انتشار الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

يتضح من الجدول رقم (5) أن المحور المتمثل بالسؤال حول الحلول والمعالجات التي تُد من ظاهرة انتشار الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى قد جاءت ضمن مستوى (مرتفع) بسبب إدراك أفراد عينة الدراسة لأهمية إعطاء الحلول والمعالجات لهذه الظاهرة المنتشرة في المجتمع، ونظراً لكون عينة الدراسة من أصحاب الشهادات العليا والباحثين الذين لهم خبرة في مجالات البحث العلمي والأكاديمي، حيث جاءت فقرة (تشريع القوانين التي تحكم وتضبط شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الأولى ضمن المحور وحازت على مستوى (مرتفع) .

ونجد أن سبب ذلك يرجع إلى عدم وجود تشريعات وجهات رقابية لشبكات التواصل الاجتماعي في العراق خلافاً لما عليه الحال في بعض دول المنطقة (كالسعودية والإمارات) والتي شرعت القوانين اللازمة للحد من انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي.

وجاءت فقرة (توعية المستخدمين بالآثار السلبية الناشئة عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي) بالمرتبة الثانية وبالمستوى (مرتفع)، وهذا يدل على أن عينة الدراسة تعطي أهمية بالغة للتوعية التي تبدأ من البيت ثم المدرسة والجامعة وخاصة إن الآثار السلبية لهذه الشبكات بدأت تظهر في المجتمع ومنها نشر الشائعات، وجاءت فقرة (التحري عن مصادر الشائعات) في المرتبة الثالثة وضمن المستوى (مرتفع)، وهي من الحلول التي يجب تفعيلها من قبل الجهات

الحكومية خاصة عن طريق ابتكار أو تطوير بعض البرمجيات الإلكترونية لتسهيل الكشف عن مروجي الشائعات، وجاءت فقرة (عدم نشر الموضوعات التي تغذي الشائعات) في المرتبة الرابعة ضمن المستوى (مرتفع)، وهنا نجد أن عينة الدراسة ترى أنه يجب عدم التطرق إلى الموضوعات التي تساعد على تكوين الشائعة على شبكات التواصل الاجتماعي.

وجاءت فقرة (التعامل بحرص مع الأخبار المتعلقة بالمواضيع الدينية والعقائدية) في المرتبة الخامسة وضمن المستوى (مرتفع) أي يجب أن لا يتم نشر الأخبار والموضوعات التي تحمل صبغة دينية أو عقائدية، خاصة أن المجتمع العراقي يحوي الكثير من الأديان والطوائف والقوميات، الأمر الذي قد تستغله الجهات المعادية في نشر الشائعات بين أفراد المجتمع.

وجاءت الفقرة التي نصت على (حلول ومعالجات أخرى) في المرتبة السادسة ضمن المستوى (مرتفع) وهنا ترى عينة الدراسة أنه يوجد حلول ومعالجات أخرى غير التي اقترحتها الدراسة، ويجب على الجهات ذات العلاقة اتخاذها والعمل بها للتقليل من تأثير ظاهرة انتشار الشائعة على شبكات التواصل الاجتماعي.

وجاءت فقرة (حجب شبكات التواصل التي تسهم في سرعة انتشار الشائعات) في المرتبة السابعة ضمن المستوى (مرتفع) وهنا ترى عينة الدراسة أن ذلك يمكن أن يكون أحد الحلول الذي قد تسهم في التقليل من انتشار الشائعات، وهذا الحل قد عملت به الحكومة العراقية عام (2014) حينما قامت بحجب الوصول لبعض شبكات التواصل الاجتماعي (مؤقتاً) أثر سقوط عدد من المدن العراقية بيد تنظيم (داعش) الإرهابي، وذلك كإجراء وقائي لمنع انتشار الشائعات على تلك الشبكات، وجاءت فقرة (إهمال الشائعات وعدم نشرها) في المرتبة الثامنة وبمستوى (مرتفع)، وهنا

تؤكد عينة الدراسة من خلال هذه الفقرة إن على أفراد المجتمع عدم نشر المعلومات غير المؤكدة أو التي ليس لها مصدر رسمي.

وجاءت الفقرة (تفعيل دور المؤسسات التعليمية ومنظمات المجتمع المدني في مواجهة الشائعات والتوعية بشأن مخاطرها) في المرتبة التاسعة وبمستوى (مرتفع)، وبحسب هذه الفقرة يجب أن تكون هنالك توعية من خلال عقد الندوات والمؤتمرات من قبل الجامعات والمعاهد ومنظمات المجتمع المدني وشرح آثار الشائعات على المجتمع وطرق انتشارها وسبل مقاومتها.

وجاءت الفقرات التي نصت على (توعية مستخدمي الشبكات بخطورة الشائعات بصورة عامة) و(توضيح الحقائق للرأي العام حول قضايا المجتمع العراقي والتحديات التي تواجهه) و(النفي السريع للشائعة من قبل الجهات الرسمية) و(تشجيع مستخدمي الشبكات الاجتماعية على التعاون مع الأجهزة الأمنية) في المراتب من العاشرة إلى الثالث عشر ضمن المستوى (متوسط).

سادساً: مناقشة نتائج السؤال السادس: هل هناك فروق إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) لتقييم أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل الأكاديمي، الدرجة العلمية، سنوات الخبرة).

1. النوع الاجتماعي:

أوضحت نتائج اختبار متغير النوع الاجتماعي حسب جدول رقم (6) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة

التدريس في جامعة ديالى، وهذا يدل على أن أعضاء هيئة التدريس لديهم مستويات متقاربة جداً إلى حد التماثل، وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة (المرسومي، 2015) التي أوجدت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية يعزى للنوع الاجتماعي.

ويمكن تفسير ذلك بأن متغير النوع الاجتماعي غير مهم في أفراد عينة ذات مستوى تعليمي متقارب ويمثلون نخبة المجتمع.

2. العمر:

أوضحت نتائج الاختبار حسب الجداول رقم (7) و(8) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات يعزى لمتغير العمر، هذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة من جميع الفئات العمرية المستهدفة في الدراسة لديهم مستويات متقاربة في تقييم دور الشبكات الاجتماعية وآثارها على الفرد والمجتمع وخاصة أن جميع هذه الفئات هي أعضاء لهيئات التدريس في الجامعات.

3. التحصيل الأكاديمي:

أوضحت نتائج الاختبار حسب الجدول رقم (9) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات يعزى للتحصيل الأكاديمي، وهذه النتيجة طبيعة لان عينة الدراسة المستهدفة هم من حملة الشهادات العليا (الماجستير والدكتوراه) من مختلف الاختصاصات العلمية والإنسانية في الجامعة ويستطيعون إعطاء نتائج متقاربة وذلك لكون أغليبيتهم من الباحثين في المجتمع.

4. الدرجة العلمية:

أشارت نتائج الدراسة إلى أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات تعزى للدرجة العلمية، كانت متقاربة إلى حد ما كما في الجدول رقم (10) أي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

نستنتج مما سبق أن أفراد عينة الدراسة على درجة عالية من الإدراك لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات بمختلف درجاتهم العلمية، فكلما زاد المستوى التعليمي للفرد كان أكثر فهماً للظواهر الاجتماعية السلبية التي تصيب المجتمع.

5. سنوات الخبرة:

أظهرت نتائج الدراسة وبحسب الجدول رقم (12) وجود فروق بين المتوسطات الحسابية لاستجابة عينة الدراسة تعزى إلى سنوات الخبرة، وتم استخدام اختبار التباين الأحادي (One Way ANOVA) للتأكد من كون هذه الفروق تشكل فارقاً إحصائياً، فتبين وبحسب الجدول رقم (13) أن الفروق دالة إحصائياً، وهذا يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة لديهم استجابات متفاوتة لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات تعزى إلى سنوات الخبرة، وتبين من الاختبارات البعدية لتحديد الفروق الإحصائية أنها كانت لصالح فئة الخبرة (6_10) سنوات من عينة الدراسة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أغلب أفراد ممن لديهم خبرة (6_10) سنوات هم الفئة الأكثر استخداماً للتقنيات الحديثة ومنها شبكات التواصل الاجتماعي مما جعلهم على اطلاع ومعرفة بسليبيتها وإيجابياتها ومخاطرها على المجتمع.

الاستنتاجات:

أهم الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة بعد مناقشة النتائج ما يلي:

1. تشير نتائج الدراسة إلى أن درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة، وقد احتلت شبكة (الفيسبوك) المرتبة الأولى، وتليها شبكة (اليوتيوب) بالمرتبة الثانية.
2. كشفت نتائج الدراسة أن من أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هي (الشائعة السياسية) ومن ثم (الشائعة الاجتماعية).
3. يُستدل من نتائج الدراسة أن من أهم أسباب نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هو سهولة إنتاج المعلومات ونشرها على تلك الشبكات من وجهة نظر عينة الدراسة.
4. أظهرت نتائج الدراسة أن درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة وأن الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات هي شبكة (الفيسبوك) وتليها شبكة (التويتر).
5. أوجدت الدراسة أن من أهم الحلول والمعالجات لظاهرة انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هو تشريع القوانين التي تحكم وتضبط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

6. أظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للعوامل الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل الأكاديمي، الدرجة العلمية).

7. أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى تعزى للمتغير (سنوات الخبرة) وجاءت لصالح فئة الخبرة (6_10) سنوات من عينة الدراسة.

التوصيات:

1. توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بموضوع الشائعات التي تنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تبين للباحث وجود عدد قليل من الدراسات والبحوث في موضوع الشائعات التي تنتشر في الوسائل الإلكترونية بشكل عام، والشائعات التي تنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص في العراق والمنطقة العربية.

2. توصي الدراسة بضرورة حث أعضاء هيئة التدريس من خلال رئاسة جامعة ديالى وعمادات الكليات لبناء بيئة علمية وفكرية سليمة لمواجهة أخطار الشائعات ذلك من خلال الدراسات والبحوث والندوات والمؤتمرات التي تقيمها الجامعة باشتراك مع المؤسسات الرسمية الأخرى، وتعميم هذا الأمر على كافة الجامعة العربية والمراكز البحثية.

3. توصي الدراسة بضرورة اهتمام المشرع العراقي بموضوع مكافحة الجريمة الإلكترونية والإسراع بإصدار تشريعات تعمل على الحد من الآثار السلبية لاستخدام الوسائل الإلكترونية وبالأخص

شبكات التواصل الاجتماعي وما ينشر بها وخصوصاً موضوع الشائعات، لما لها من تأثير بالغ على المجتمع.

4. توصي الدراسة بإيجاد وسائل رقابية في العراق أو تفعيل ما يوجد منها بالفعل (كهيئة الإعلام والاتصالات) لمراقبة ما ينشر في شبكة الإنترنت بصفة عامة، وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، وتقرح الدراسة بهذا الصدد استخدام الخوارزميات (الحلول الحسابية) التي يمكن أن تستخدم في مجال فحص ما ينشر على صفحات شبكة الإنترنت والكشف عن المحتوى الذي يمكن أن يشكل نواة لتكوين الشائعات الإلكترونية، علماً أن هذه التقنية مستخدمة بالفعل في عدد من الدول.

5. نشر الوعي المجتمعي بالخطر الذي يمكن أن تشكله الشائعات التي تنتشر في شبكة الإنترنت، وبالأخص شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال المؤسسات الرسمية ومنظمات المجتمع المدني من خلال إقامة الندوات والحملات الدعائية والمنشورات التي تهدف لتوعية أفراد المجتمع بخطورة هذه الظاهرة، والتركيز على دور الأفراد في محاربة وتقليل انتشار الشائعات في المجتمع، وذلك من خلال عدم التصديق والترويج للأخبار والمنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي خصوصاً تلك التي لم تصدر عن جهة رسمية.

6. تشجيع المؤسسات الرسمية وغير الرسمية على إنشاء وتطوير منصات اتصالية وإعلامية تقوم بدور التصدي للشائعات والرد عليها، وذلك من خلال المتحدث الرسمي والمواقع الإلكترونية وصفحات شبكات التواصل الاجتماعي لتلك المؤسسات

المراجع:

أ. قائمة المراجع العربية:

- ابن منظور، أبي الفضل جمال (1997). لسان العرب. بيروت: دار صادر.
- أبو أصعب، صالح (2010). الاتصال الجماهيري. ط 3، عمان: دار البركة للنشر والتوزيع.
- أبو زيد، محمود (1980). الشائعات وضبط الاجتماعي. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- أبو سمرة، خالد (2012). سيكولوجية الرأي العام. عمان: دار الرياءة للنشر والتوزيع.
- أبو عرقوب، إبراهيم (2003). الشائعات في عصر المعلومات. الرياض: مركز نايف للدراسات والأبحاث.
- أبو عيشة، فيصل محمد (2011). الدعاية والإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع
- أحمد، أميرة (2008). الإشاعة لدى طلبة الجامعة دراسة اجتماعية نفسية لمضمون الإشاعات المنتشرة لدى طلبة جامعة دمشق. (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة دمشق، دمشق، الجمهورية العربية السورية.
- إسماعيل، محمود حسن (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- الأصفهاني، الراغب (2009). المفردات في غريب القرآن. ط4. دمشق: دار القلم.

- كحيل، رضا عيد حمودة (2015). الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط ، عمان، الأردن.
- إمام، وليد أحمد إبراهيم (2015). استخدامات الأطفال الصم لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- أنيس، إبراهيم (1972). معجم الوسيط . القاهرة: دار المعارف.
- أولبورت، جوردن، وستمان، ليوبو (1964). سيكولوجية الإشاعة . (ترجمة صلاح مخيمر وعبد ميثائل)، القاهرة : دار المعارف المصرية .
- التميمي، مهند حميد عبيد (2015). استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتعرض للتلفزيون. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة بغداد، بغداد، العراق.
- جابر، عبد الرحمن أبو بكر (1983). الشائعات في الميدان الإعلامي وموقف الإسلام منها. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، السعودية.
- الجبور، سناء (2010) . الإعلام والرأي العام "العربي والعالمي". عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- جرار، ليلي أحمد (2012). الفيسبوك والشباب العربي. عمان: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- حجاب، محمد منير (2007). الشائعات وطرق مواجهتها. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

- حجاب، محمد منير (2010). نظريات الاتصال. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حجاب، محمد منير (2005). الحرب النفسية، قديماً وحديثاً. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حربي، هباس بن رجاء (2013). الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- حسن، لؤي مجيد (2016). الشائعات وسقوط مدينة الموصل "دراسة في أنواع الشائعات التي رافقت سقوط المدينة والإجراءات الحكومية لدحضها". مجلة آداب المستنصرية، (73)، 280_310.
- حسين، ليلي (2015). اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر)، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
- الحمداني، بشرى حسين (2014). القرصنة الإلكترونية أسلحة الحرب الحديثة. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- حمزة، مختار (1982). أسس علم النفس الاجتماعي. ط2، جده: دار البيان العربي.
- حمود، عبد الحلیم (2008). فن غسل الأدمغة. بيروت: دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع.
- الختاتنة، سامي محسن، والنوايسة، فاطمة عبد الرحيم (2011). علم النفس الاجتماعي. عمان: دار الحامد.
- الخزعلي، محمد إسماعيل حسن (2015). دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات النخب الأكاديمية إزاء الأداء الحكومي. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

- خلف، خلف جمال (2009). اعتماد الصحافة الحزبية الفلسطينية على الشائعة وأثرها على التنمية السياسية في الضفة الغربية وقطاع غزة (حركة فتح وحماس أنموذجا). (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- الدباغ، مصطفى (1998). المرجع في الحرب النفسية. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- الدببسي، عبد الكريم علي، والطاهات، زهير ياسين (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، (1)، 66_81.
- الدليمي، عبد الرزاق (2015). الدعاية والشائعات والرأي العام "رؤية معاصرة". عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- الدليمي، عبد الرزاق، وسلطان، محمد صاحب (2016). استخدامات الوظيفة الإعلامية لموقع التويتر والاشباعات المتحققة منها من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية (جامعة البترا أنموذجا). مجلة علوم الإنسان والمجتمع، (19)، 131_176.
- رجب، إيمان حمادي (2011). الإشاعة وتأثيرها في المجتمع "دراسة ميدانية في مدينة الموصل". مجلة آداب الرافدين. (60)، 390_412.
- رحيم، علي عبد الفتاح (2016). توظيف الشائعات في نشرات الأخبار التلفزيونية "دراسة تحليلية لنشرات أخبار قناتي التغيير والغربية للمدة من 2014/6/1 لغاية 2014/8/31". (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

- الرشيد، آلاء محمد رشيد (2013). استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر والاشباعات المتحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية " دراسة ميدانية عن جامعتي الأردنية والشرق الأوسط ". (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط ، عمان، الأردن.
- الرشيد، سلطان نواف (2012). درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة حائل لمواقع التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.
- الرعود، عبد الله ممدوح مبارك (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط ، عمان، الأردن.
- زوانه، أماني إبراهيم (2015). درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصفتها أداة للتعليم والتعلم لدى طلبة الجامعات الأردنية والاشباعات المتحققة. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط ، عمان، الأردن.
- الزويني، حسين دبي (2015). الحرب الإعلامية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- السبيعي، عبد الله بن الحميدي (2016). دور الإعلام الأمني في التصدي للشائعات " دراسة ميدانية على شرطة الرياض ". (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

- السديري، تركي بن عبد العزيز (2014). **توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات**. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- سكري، رفيق (1991). **دراسة في الرأي العام والإعلام والدعاية**. طرابلس: دار جروس برس.
- سلام، محمد توفيق (2015). **التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير**. القاهرة:المجموعة العربية للتدريب والتوزيع.
- سميسم، حميدة (2005). **الحرب النفسية**. القاهرة: الدار الثقافية للنشر.
- السويدي، جمال سند (2013). **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك**. أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- الشريف، عبد الله محمد (1996). **مناهج البحث العلمي**. القاهرة: مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع.
- شلبي، كرم (1994). **معجم المصطلحات الإعلامية**. بيروت: دار الجيل.
- شمال، سينا (2015). **استخدام طلبة كلية الآداب لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك الاتجاهات والمعوقات، المجلة العراقية للمعلومات، (2)، 123-143**.
- صالح، موسى النظيف حافظ (2015). **جاهزية أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السودانية لاستخدام الفصول الافتراضية**.(رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم، السودان.

- عبد الأمير، علي عبد الهادي (2016). اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات الأمنية. *مجلة الباحث الإعلامي*، (32) 111_128.
- عبد القادر، حسنين (1980). *الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة*. ط4، القاهرة: دار النهضة العربية.
- عبد الله، معتز سيد (1998). *الحرب النفسية والشائعات*. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر.
- العبد الله، مي (2010). *نظريات الاتصال*. ط2، بيروت: دار النهضة العربية.
- العززي، وديع محمد (2016). الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي المخاطر وسبل المواجهة، *مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية*، (3)، 29-53.
- علوان، محمد حسين (2015). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية العراقية 2014 "دراسة ميدانية"، *مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية*، (8)، 278_329.
- علي، فورية عبد الله (2015). اتجاهات طلبة الاتصال حول دور القنوات الفضائية المحلية في الحد من انتشار الشائعات دراسة استكشافية في جامعة الشارقة. *مجلة البحوث والدراسات الإنسانية*، (11)، 289_320.
- عمر، السيد أحمد مصطفى (2008). *البحث العلمي "مفهومه _ إجراءاته _ ومناهجه*. الكويت : مكتبة الفلاح .

- عواد، علي (2000). الإعلام والرأي. بيروت: دار بيسان.
- عيساني، رحيمة الطيب (2015). دور الإنترنت وتطبيقاتها في نشر الشائعات. مجلة الباحث الإعلامي، (28)، 161 _ 176.
- الفتلاوي، حسين سعدي محمد، والتميمي، خلف كريم كيوش (2015). دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات "دراسة مسحية على أساتذة جامعة كربلاء من 2015/8/1 إلى 2015/9/1". مجلة الباحث الإعلامي، (30)، 93_ 124 .
- القحطاني، محمد بن دغش سعيد (1997). الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع. الرياض: دار طويق للنشر والتوزيع.
- القندلجي، عامر إبراهيم (2013). الإعلام والمعلومات والإنترنت. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- القيسي، محمد خليل (2014). الرقابة على شبكات التواصل الاجتماعي: فيس بوك وتويتر، من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية (للفترة 1-10-2013 ولغاية 1-2-2014)، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة البترا، عمان، الأردن.
- كابفيرير، جان نويل (2007). الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم. (ترجمة تانيا ناجيا)، بيروت: دار الساقى.
- الكايد، هاني (2009). "الإشاعة" المفاهيم والأهداف والآثار. عمان: دار الياض للنشر والتوزيع.

- الكرخي، علي عبد الهادي (2017). الإعلام الجديد في القنوات التلفزيونية. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- الكرناف، رائد حزام (2014). تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية (تويتر أنموذجاً). (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الكلباني، علي بن عبد الله (2015). الحرب النفسية حرب الكلمة والفكر. القاهرة: عالم الكتب.
- كنعان، علي (2014). نظريات الاتصال. عمان: دار اليازوري.
- اللبان، شريف درويش (2011). مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت. القاهرة: دار العالم العربي للنشر والتوزيع.
- مراد، كامل خورشيد (2014). الاتصال الجماهيري والإعلام. ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- المرسومي، صلاح غضى صياح (2015). مستوى معالجة الفضائيات العراقية لمفهوم المواطنة من وجهة نظر الأكاديميين العراقيين العاملين في الجامعات الأردنية. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- مصطفى، حسام الدين (2007). استخدام تكنولوجيا الاتصال في انتشار الشائعات دراسة حالة على مستخدمي الإنترنت والهاتف السيار بكلية دراسات الحاسبات الآلية "كمبيوتر مان". (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة أمدرمان الإسلامية، أمدرمان، السودان.

- المعذوري، عبد الرحيم بن محمد (2010). **الإشاعة وأثارها في المجتمع " دراسة وصفية تحليلية "**. المدينة المنورة: الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.
- مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين (2009). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. ط8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- منصر، خالد (2015). **شبكات التواصل الاجتماعي كأوعية علمية دراسة للمجموعات الإعلامية** بموقع فيسبوك. **مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية**، (14)، 279_288.
- النعيمي، محمد عبد العال، والبياتي، عبد الجبار توفيق، وخليفة، غازي (2014). **طرق ومناهج البحث العلمي**. ط 2، عمان: الوراق للنشر والتوزيع.
- نوفل، أحمد (1985). **الحرب النفسية من منظور إسلامي**. عمان: دار الفرقان.

ب. قائمة المراجع الأجنبية:

- Bai, M. (2012). **Exploring Dynamics of Rumors on Social Media in the Chinese Context**. (Unpublished master's Thesis), Uppsala University, Uppsala, Sweden.
- Li, M. (2016). **Analysis of Network Rumor Dissemination and Control Mechanism on Chinese Social Network-Sina Weibo**. (Unpublished master's Thesis), University of Jyväskylä , Jyvaskyla, Finland.
- Kelley,S.R. (2004). **Rumors in Iraq: A Guide to winning hearts and minds**. (Unpublished master's Thesis), Naval Postgraduate School , Monterey, California , USA.

- Kimmel, A.j ,and Keefer, R.(2000).Psychological Correlates of the Transmission and acceptance of rumors about AIDS. **Journal of Applied Social Psychology**.21,18, 465- 497.

المراجع الإلكترونية:

:Available (ON- Line) _ موقع جامعة ديالى على الإنترنت (2017)

[/http://www.uodiyala.edu.iq](http://www.uodiyala.edu.iq)

:Available (ON- Line) _ البوابة الإلكترونية لمحافظة ديالى على الإنترنت (2017)

[/http://www.diyala.iq](http://www.diyala.iq)

الملاحق

الملحق رقم (1)

م/ استمارة استبانة

أساتذتي الأفاضل ...

يسعى الباحث إلى دراسة (شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى) الرجاء من جنابكم الكريم قراءة الأسئلة بعناية والإجابة عنها بدقة من أجل إنجاز متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الإعلام من جامعة الشرق الأوسط ، عمان، الأردن.

علماً إن إجاباتكم ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستبقى طي الكتمان، ولا يسعني إلا أن اشكر لكم اهتمامكم وإجاباتكم مع الاعتذار لاقتطاعي جزءاً من وقتكم.

ولكم مني فائق الشكر والامتنان ...

الباحث

أحمد حسن سلمان

07705685965

المعلومات الديموغرافية:

1. النوع الاجتماعي:

أنثى ذكر

2. العمر:

من 34 إلى 43 من 24 إلى 33 من 54 فأكثر من 44 إلى 53

3. التحصيل الأكاديمي:

دكتوراه ماجستير

4. الدرجة العلمية:

أستاذ مساعد أستاذ مدرس مساعد مدرس

5. سنوات الخبرة:

10-6 سنة 5-1 سنة أكثر من 15 سنة 15-11 سنة

المحور الأول: درجة استخدام أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى لشبكات التواصل الاجتماعي.

| ت | استخدم شبكات التواصل الاجتماعي الآتية | دائماً | غالباً | أحياناً | نادراً | أبداً |
|---|---------------------------------------|--------|--------|---------|--------|-------|
| 1 | شبكة الفيسبوك Facebook | | | | | |
| 2 | شبكة التويتر Twitter | | | | | |
| 3 | شبكة اليوتيوب YouTube | | | | | |
| 4 | شبكة جوجل بلس Google Plus | | | | | |
| 5 | شبكات أخرى Another Networks | | | | | |

إذا كانت الإجابة (أبداً) لجميع فقرات المحور الأول فيرجى إعادة استمارة الاستبانة إلى الباحث دون تكملة بقية الفقرات.

المحور الثاني: أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى .

| ت | تنتشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي بحسب الموضوعات الآتية | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
|----|--|------------|-------|-------|----------|---------------|
| 6 | السياسية | | | | | |
| 7 | الاجتماعية | | | | | |
| 8 | الاقتصادية | | | | | |
| 9 | العسكرية والأمنية | | | | | |
| 10 | العلمية | | | | | |

المحور الثالث: أسباب انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

| ت | تكثر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي للأسباب الآتية: | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
|----|--|------------|-------|-------|----------|---------------|
| 11 | سهولة تأثر بعض مستخدمي الشبكات بما ينشر من شائعات فيعيد نشرها | | | | | |
| 12 | صعوبة التحري عن مروجي الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي | | | | | |
| 13 | عدم وجود قوانين ملزمة تردع مروجي الشائعات | | | | | |
| 14 | غياب الوعي بخطورة الشائعات | | | | | |
| 15 | غياب الشفافية وتأخر التصريحات الرسمية | | | | | |
| 16 | انعدام المعلومات وندرة الأخبار حول حدث ما | | | | | |
| 17 | سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زاد من سرعة انتشار الشائعات | | | | | |
| 18 | الحصول على السبق الصحفي من قبل المواقع الإخبارية على شبكات التواصل | | | | | |
| 19 | محتويات شبكات التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة الأمنية أو المجتمعية | | | | | |
| 20 | إنشاء مواقع مزورة بأسماء جهات رسمية وغير رسمية | | | | | |
| 21 | أسباب أخرى | | | | | |

المحور الرابع: درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي والشبكة الأكثر نشرًا للشائعات من وجهة أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى .

| ت | تكثر الشائعات على شبكات التواصل الآتية: | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
|----|---|------------|-------|-------|----------|---------------|
| 22 | الفيسبوك Facebook | | | | | |
| 23 | التويتر Twitter | | | | | |
| 24 | الواتساب WhatsApp | | | | | |
| 25 | انستغرام Instagram | | | | | |
| 26 | اليوتيوب YouTube | | | | | |
| 27 | جوجل بلس Google Plus | | | | | |
| 28 | فايبر Viper | | | | | |
| 29 | سناب شات Snapchat | | | | | |
| 30 | تانجو Tango | | | | | |
| 31 | لينكد إن Linked in | | | | | |
| 32 | ماي سبيس MySpace | | | | | |

المحور الخامس: الحلول والمعالجات التي تحد من ظاهرة انتشار الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى.

| ت | أرى الحلول والمعالجات لهذه الظاهرة بقيام الجهات المسؤولة ذات العلاقة بما يأتي: | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
|----|--|------------|-------|-------|----------|---------------|
| 33 | تشجيع مستخدمي الشبكات الاجتماعية على التعاون مع الأجهزة الأمنية | | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|----|---|
| | | | | | 34 | توعية مستخدمي الشبكات بخطورة الشائعات بصورة عامة |
| | | | | | 35 | تشريع القوانين التي تحكم وتضبط شبكات التواصل الاجتماعي |
| | | | | | 36 | حجب شبكات التواصل التي تسهم في سرعة انتشار الشائعات |
| | | | | | 37 | توضيح الحقائق للرأي العام حول قضايا المجتمع العراقي والتحديات التي تواجهه |
| | | | | | 38 | تفعيل دور المؤسسات التعليمية ومنظمات المجتمع المدني في مواجهة الشائعات |
| | | | | | 39 | التعامل بحرص مع الأخبار المتعلقة بالمواضيع الدينية والعقائدية |
| | | | | | 40 | إهمال الشائعات وعدم نشرها |
| | | | | | 41 | عدم نشر الموضوعات التي تغذي الشائعات |
| | | | | | 42 | النفي السريع للشائعة من قبل الجهات الرسمية |
| | | | | | 43 | توعية المستخدمين بالآثار السلبية الناشئة عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي |
| | | | | | 44 | التحري عن مصادر الشائعات |
| | | | | | 45 | حلول ومعالجات أخرى |

الملحق رقم (2) أسماء المحكمين

| ت | الأسم | الرتبة العلمية | التخصص | مكان العمل |
|----|--------------------------|----------------|--------------------|--------------------|
| 1 | د. حميدة سميسم | أستاذ | دعاية ورأي عام | جامعة الشرق الأوسط |
| 2 | د. عبد الجبار البياتي | أستاذ | مناهج البحث العلمي | جامعة الشرق الأوسط |
| 3 | د. تيسير أبو عرجة | أستاذ | الصحافة | جامعة البترا |
| 4 | د. عبد الرزاق الدليمي | أستاذ | إعلام ودعاية | جامعة البترا |
| 5 | د. عبد الحافظ محمد سلامة | أستاذ | تكنولوجيا التعليم | جامعة الشرق الأوسط |
| 6 | د. جليل وادي | أستاذ | إذاعة وتلفزيون | جامعة ديالى |
| 7 | د. كامل خورشيد | أستاذ مشارك | إعلام | جامعة الشرق الأوسط |
| 8 | د. رائد البياتي | أستاذ مشارك | إذاعة والتلفزيون | جامعة الشرق الأوسط |
| 9 | د. عبد الكريم الدبيسي | أستاذ مشارك | إعلام | جامعة البترا |
| 10 | د. أحمد حسين | أستاذ مشارك | صحافة | جامعة البترا |
| 11 | د. محمد صاحب سلطان | أستاذ مساعد | علاقات عامة | جامعة البترا |
| 12 | د. محمد المناصير | أستاذ مساعد | إذاعة وتلفزيون | جامعة الشرق الأوسط |
| 13 | د. منال المزاهرة | أستاذ مساعد | علاقات عامة وإعلان | جامعة البترا |

الملحق رقم (3)
جدول اختيار العينة

TABLE 1
Table for Determining Sample Size from a Given Population

| <i>N</i> | <i>S</i> | <i>N</i> | <i>S</i> | <i>N</i> | <i>S</i> |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 10 | 10 | 220 | 140 | 1200 | 291 |
| 15 | 14 | 230 | 144 | 1300 | 297 |
| 20 | 19 | 240 | 148 | 1400 | 302 |
| 25 | 24 | 250 | 152 | 1500 | 306 |
| 30 | 28 | 260 | 155 | 1600 | 310 |
| 35 | 32 | 270 | 159 | 1700 | 313 |
| 40 | 36 | 280 | 162 | 1800 | 317 |
| 45 | 40 | 290 | 165 | 1900 | 320 |
| 50 | 44 | 300 | 169 | 2000 | 322 |
| 55 | 48 | 320 | 175 | 2200 | 327 |
| 60 | 52 | 340 | 181 | 2400 | 331 |
| 65 | 56 | 360 | 186 | 2600 | 335 |
| 70 | 59 | 380 | 191 | 2800 | 338 |
| 75 | 63 | 400 | 196 | 3000 | 341 |
| 80 | 66 | 420 | 201 | 3500 | 346 |
| 85 | 70 | 440 | 205 | 4000 | 351 |
| 90 | 73 | 460 | 210 | 4500 | 354 |
| 95 | 76 | 480 | 214 | 5000 | 357 |
| 100 | 80 | 500 | 217 | 6000 | 361 |
| 110 | 86 | 550 | 226 | 7000 | 364 |
| 120 | 92 | 600 | 234 | 8000 | 367 |
| 130 | 97 | 650 | 242 | 9000 | 368 |
| 140 | 103 | 700 | 248 | 10000 | 370 |
| 150 | 108 | 750 | 254 | 15000 | 375 |
| 160 | 113 | 800 | 260 | 20000 | 377 |
| 170 | 118 | 850 | 265 | 30000 | 379 |
| 180 | 123 | 900 | 269 | 40000 | 380 |
| 190 | 127 | 950 | 274 | 50000 | 381 |
| 200 | 132 | 1000 | 278 | 75000 | 382 |
| 210 | 136 | 1100 | 285 | 100000 | 384 |

Note.—*N* is population size.
S is sample size.

المصدر: (Bartlett, Kotrlik, & Higgins, 2001, P.48)

الملحق رقم (4)

كتاب تسهيل مهمة من جامعة الشرق الأوسط إلى جامعة ديالى



MEU جامعة الشرق الأوسط
MIDDLE EAST UNIVERSITY

مكتب رئيس الجامعة
President's Office

الرقم: ٣٤٤/٢٩/٤٧
التاريخ: ٢٠١٦/١٢/٢٧

السادة / جامعة ديالى المحترمين

الموضوع: تسهيل مهمة

تحية طيبة وبعد،

تهديكم جامعة الشرق الأوسط أطيب التحيات، يرجى التكرم بالموافقة والإيعاز لمن يلزم بتسهيل مهمة الطالب أحمد حسن سلمان، بالحصول على المعلومات والبيانات التي تساهم في إكمال دراسته الماجستير تحت عنوان "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ديالى"، نرجو تسهيل مهمته العلمية وذلك عن طريق قيامه بما يلي:

١. توزيع استبانات .
٢. الحصول على احصائية بعدد أعضاء الهيئة التدريسية .

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،،،

مكتب رئيس الجامعة

أ.د. محمد محمود الحيليت



الملحق رقم (5)

كتاب تسهيل مهمة توزيع (الاستبانة) على أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ديالى

Ministry of Higher Education
and Scientific Research
Diyala University Presidency

جامعة ديالى
التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ديالى
البحث والتطوير

No.
Date:

العدد: ١٠٢٩
التاريخ: ٢٠١٧/١١/١٩

إلى / الكليات كافة / مكتب السيد العميد
اقسام الجامعة كافة
م / تسهيل مهمة

تحية طيبة

اشارة الى كتاب جامعة الشرق الاوسط / عمان / الاردن المرقم در/خ/٢٦/٣٤٤ في
٢٧/١٢/٢٠١٦ للتفضل بتسهيل مهمة الطالب (احمد حسن سلمان) بالحصول على المعلومات
والبيانات التي تساهم في اكمال دراسة الماجستير تحت عنوان (شبكات التواصل الاجتماعي ودورها
في نشر الشائعات من وجهة نظر اعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ديالى) وذلك عن طريق قيامه
بتوزيع استبانات .

للتفضل بالاطلاع واتخاذ مايلزم .. مع التقدير

أ. د. منتهى عذاب ذويب
مساعد رئيس الجامعة للشؤون العلمية / وكالة

٢٠١٧/١/١٨

نسخة منه إلى :-

- مكتب السيد رئيس الجامعة المحترم / للتفضل بالإطلاع ... مع التقدير .
- مكتب السيد مساعد رئيس الجامعة للشؤون العلمية/ للتفضل بالإطلاع .. مع التقدير .
- جامعة الشرق الاوسط /كتابكم اعلاه .. للتفضل بالاطلاع .. مع التقدير.
- قسم البحث والتطوير/ الدراسات العليا .. مع الأوليات للمتابعة.
- الصادرة .

العراق - ديالى - بعقوبة - طريق بغداد القديم
hq.university@uodiyala.edu.iq
diyala_university@yahoo.com
ص.ب ٢٢٨ مكتب بريد بعقوبة

www.uodiyala.edu.iq

الملحق رقم (6)

كتاب تسهيل مهمة من جامعة الشرق الأوسط إلى المديرية العامة لشرطة ديالى



MEU جامعة الشرق الأوسط
MIDDLE EAST UNIVERSITY

وكتب رئيس الجامعة
President's Office

الرقم: ٣٤٥/٣٢/٣٠١
التاريخ: ٢٠١٦/١٢/٢٧

السادة / المديرية العامة لشرطة ديالى المحترمين
قسم الإعلام والعلاقات العامة

الموضوع: تسهيل مهمة

تحية طيبة وبعد،

تهديكم جامعة الشرق الأوسط أطيب التحيات، يرجى التكرم بالموافقة والإيعاز لمن يلزم بتسهيل مهمة الطالب أحمد حسن سلمان، بالحصول على المعلومات والبيانات التي تساهم في إكمال دراسته الماجستير تحت عنوان "شبيكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ديالى"، نرجو تسهيل مهمته العلمية.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،،،

أ.د. محمد محمود الحيلة



الملحق رقم (7)

كتاب المديرية العامة لشرطة محافظة ديالى

بسم الله الرحمن الرحيم
محدود

وزارة الداخلية
وكالة الوزارة لشؤون الشرطة
مديرية شرطة محافظة ديالى والمنشآت
قسم العلاقات والاعلام
العدد : ق ١٠ / ٦ / ١٠٨٦١
التاريخ : ١٤ / ٤ / ٢٠١٧



الى / جامعة الشرق الاوسط

الموضوع / تسهيل مهمة

كتـ ابكم ٣٤٥/٣٢ فـ ي ٢٠١٦/١٢/٢٧

نود اعلامكم باننا تم اجراء مقابلة من قبل طالب الماجستير (احمد حسن سلمان) في كلية الاعلام لجامعتكم الموقرة مع العقيد غالب عطية خلف مدير قسم العلاقات والاعلام في مديريتنا وتم الاجابة عن الاسئلة الخاصة بدراسته الموسومة بعنوان (شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر اعضاء الهيئة التدريسية في جامعة ديالى) كما تم تزويده بالشائعات التي تم رصدها مؤخراً من قبل مكتب رصد الشائعات في مديريتنا .

المرافقات
الشائعات التي تم رصدها



اللواء الركن
جاسم حسين علوان
قائد شرطة محافظة ديالى والمنشآت
٢٠١٧/ ٤/٢٢

ت و (ادارية ، مالية ، فنية ، أمنية)

(١-١)
محدود

٢٠١٧/٤/١٢ رعد

www.diyatapolice.com الموقع الالكتروني الرسمي لقيادة شرطة ديالى
www.diyatapolice@gmail.com البريد الالكتروني لقيادة شرطة ديالى - العلاقات والاعلام

الملحق رقم (8)

موقف مديرية شرطة محافظة ديالى لرصد الشائعات للفترة من 2016/12/1 لغاية 2017/4/1

| مكان الشائعة | تفاصيل الشائعة | ت |
|-------------------------|---|---|
| أماكن عامة | نزول القوات الأمريكية في عدد من القواعد في ديالى. | 1 |
| أماكن عامة | عصابات(داعش) تقصف مناطق الحدود الفاصلة مع محافظة صلاح الدين منطقة (مطيبيجة) بالمواد الكيماوية السامة. | 2 |
| أماكن عامة | أنباء عن عدم السماح للقوات الأمنية في محافظات ديالى وصلاح الدين والموصل بالتصويت بالانتخابات القادمة. | 3 |
| أماكن عامة | تم رصد إشاعة تتحدث عن خطف مواطنين واستئصال الأعضاء البشرية منهم وخصوصاً (الكلية) وبيعها لأشخاص آخرين. | 4 |
| شبكات التواصل الاجتماعي | تم رصد إشاعة عن إعلان مديرية إدارة التطوع عن وظائف في مديرية الاستخبارات الداخلية بصفة منتسب استخبارات. | 5 |
| شبكات التواصل الاجتماعي | تم رصد إشاعة عن هجوم لعصابات (داعش) على مدينة بعقوبة مركز محافظة ديالى من ثلاث محاور. | 6 |
| شبكات التواصل الاجتماعي | تم رصد شائعات تتحدث عن تسميم المياه الصالحة للشرب المجهزة لمنازل المواطنين في محافظة ديالى. | 7 |
| أماكن عامة | تم رصد إشاعة عن مقتل امرأة بلغت الجهات الأمنية عن هروب ابنها لغرض تفجير نفسه على القوات الأمنية والمواطنين في مدينة (المقدادية) إحدى مدن محافظة ديالى وعجز القوات الأمنية عن حمايتها. | 8 |
| شبكات التواصل الاجتماعي | تم رصد إشاعة تتحدث عن قيام بعض المطاعم في محافظة ديالى بتقديم لحوم الحمير في وجبات الطعام المقدمة للزبائن. | 9 |

الملحق رقم (9)

مقابلة الدراسة

إجابات السيد مدير قسم العلاقات والإعلام في مديرية شرطة محافظة ديالى

العقيد: غالب عطية خلف المحترم

س/ من وجهة نظركم كيف ترى مستوى نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي؟

ج/ من خلال متابعتنا لشبكات التواصل الاجتماعي والاطلاع على ما ينشر فيها نجد أن مستوى نشر الشائعات فيها عالي جداً لتوفر ظروف انتشار الشائعات فيها.

س/ من نتائج دراستنا اتضح أن الشائعة السياسية والاجتماعية من أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي: كيف تعلقون ذلك؟

ج/ قد يعود ذلك إلى الصراع والتنافس السياسي في البلد وكثرة الأحزاب السياسية بحيث نجد إن أغلب أبناء الشعب يتناقلون الشائعات بصورة كبيرة ويخوضون في إشكالياتها وكذلك الشائعة الاجتماعية المنتشرة بسبب الانفتاح الثقافي والاجتماعي بعد عام (2003) وبدون سيطرة أو قوانين تنظم هذا الانفتاح على الخارج وثقافته وعاداته.

س/ سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زاد من سرعة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي بحسب نتائج الدراسة، ماهي أسباب انتشار الشائعات برأيكم؟

ج/ أضحي بلدنا بيئة خصبة لانتشار الشائعات بسبب الفوضى الإعلامية وعدم وجود قوانين خاصة تنظم عمل شبكات التواصل الاجتماعي وسهولة فتح القنوات التلفزيونية والإذاعات بالإضافة إلى عدم الاستقرار السياسي والتحديات الأمنية.

س/ أي الشبكات الاجتماعية أكثر نشرًا للشائعات (شبكة الفيسبوك، شبكة التويتر، شبكة اليوتيوب) بحسب رصدكم ومتابعتم.

ج/ الفيسبوك هي الشبكة الأكثر نشرًا للشائعات بسبب مشاركة أغلب أفراد مجتمعنا بهذه الشبكة، أما فيما يخص شبكة تويتر فمن خلال رصدنا وجدنا أن عصابات (داعش) الإرهابية تعتمد على هذه الشبكة في نشر شائعاتهم أكثر من الشبكات الاجتماعية الأخرى.

س/ وجدت دراستنا إن من أهم الحلول والمعالجات لظاهرة انتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي هو تشريع القوانين التي تحكم وتضبط شبكات التواصل الاجتماعي، ماهي إجراءاتكم للتقليل من هذه الظاهرة؟

ج/ إن من أهم الإجراءات التي نقوم بها في محاربة الشائعات هي الاهتمام بمكاتب رصد الشائعات وتعزيزها فنياً وإدارياً لرصد الشائعات قبل انتشارها وتطويقها ومكافحتها وتقييدها ونشر المعلومة الصحيحة والتواصل مع المجتمع ومصارحته بالحقيقة والتعامل مع الأحداث بمهنية والاهتمام بسرعة نشر الخبر قبل تأويله ليتشكل بعد ذلك بصورة شائعة.

بيانات المقابلة

الاسم الكامل: غالب عطية خلف

المؤهل العلمي: بكالوريوس إعلام - جامعة بغداد

الوظيفة الحالية (المنصب): مدير قسم العلاقات والإعلام في مديرية شرطة محافظة ديالى.

سنوات الخبرة: 24 سنة

البريد الالكتروني: www.diyalaplice@gmail.com

الهاتف: 07700386777

الملحق رقم (10) تأييد المدقق لغوي

إلى من يهمه الأمر

م/ تدقيق لغوي

أؤيد قيامي بتدقيق رسالة الماجستير للطالب أحمد حسن سلمان والمقدمة إلى كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط ، والموسومة ب (شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى)، تدقيقاً لغوياً ... وبناء على طلبه زود بهذا التأييد.

مع التقدير

التوقيع

المدرس: عدنان كنعان مهدي

ماجستير لغة عربية جامعة ديالى

٢٠١٧/٤/١٧

الملحق رقم (11)

كتاب نسبة الاستلال

MEU جامعة الشرق الأوسط
MIDDLE EAST UNIVERSITY

عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي
Deanship of Graduate Studies & Scientific Research

2017/05/06

فحص نسبة الإستلال في رسالة ماجستير

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة
نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى

**SOCIAL NETWORKS AND THEIR ROLE IN
SPREADING RUMORS FROM THE VIEWPOINT OF
FACULTY MEMBERS AT THE UNIVERSITY OF
DIYALA**

إعداد الطالب

أحمد حسن سلمان

الرقم الجامعي

401510059

إشراف

الدكتور صباح ياسين

نسبة الإستلال: 17 %

عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي



هاتف: +9626 4790222 فاكس: +9626 4129613 ص.ب: 383، عمان 11831، الأردن
Tel: +9626 4790222 Fax: +9626 4129613 P.O. Box 383, Amman 11831, Jordan

e-mail: info@meu.edu.jo website: www.meu.edu.jo

هـرآن